



**UNIVERSIDADE DO MINDELO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, JURÍDICAS E SOCIAIS**

**CURSO DE LICENCIATURA EM CIÊNCIA POLÍTICA
E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**MEDIA COMO QUARTO PODER: CASO DAS PRESIDENCIAIS DE 2016
EM CABO VERDE**

MILA SABRINA LOPES CASADO

Mindelo, 2019



**Departamento de Ciência Humanas, Sociais e Jurídicas Licenciatura em Ciência
Política e Relações Internacionais**

Título Da Monografia:

**MEDIA COMO QUARTO PODER: CASO DAS PRESIDENCIAIS 2016 EM
CABO VERDE**

Autora: Mila Sabrina Lopes Casado

Orientador: Mestre João Almeida Medina

Mindelo, 2019

Autor: Mila Sabrina Lopes Casado

**Título: MEDIA COMO QUARTO PODER: CASO DAS PRESIDENCIAIS 2016
EM CABO VERDE**

Declaração de Originalidade

Declaro que esta Monografia é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas, nos anexos e na bibliografia.

O Candidato,

Mila Sabrina Lopes Casado

Mindelo, 6 de dezembro de 2019

“Trabalho apresentado à Universidade do Mindelo como parte dos requisitos para obtenção do grau de Licenciatura em Ciência Política e Relações internacionais”

RESUMO

O presente trabalho discute a temática dos Media como o Quarto Poder: Caso das presidenciais de 2016 em Cabo Verde.

Das pesquisas realizadas, conclui-se que em Cabo Verde a comunicação social (media) não pode ser considerada quarto poder por causa das várias fragilidades e dificuldades que o setor enfrenta.

A análise às eleições presidenciais de 2016 fez com a refutação da teoria do quarto poder fosse mais acentuada. Nessas eleições fugiram dos princípios que norteiam à ideia de um poder equilibrador.

A cobertura da Televisão de Cabo Verde remete-nos mais ao pensamento de comunicação social (media) um tanto o quanto elitista e desigual, o que contraria a narrativa da objetividade.

Palavras-chave: Quarto Poder, Comunicação social (Media), Política, Democracia.

ABSTRACT

This paper discusses the theme of the Media as the Fourth Power: Case of the 2016 presidential in Cape Verde.

From the research carried out, it can be concluded that in Cape Verde the media cannot be considered a fourth power because of several weaknesses and difficulties that the sector faces. The analysis to the 2016 presidential elections made the refutation of the fourth power theory to be more pronounced. In these elections they fled the principles that guide the idea of a balancing power.

The Television of Cape Verde's coverage brings us more to the thinking of a somewhat elitist and unequal media, which contradicts the narrative of objectivity.

Keywords: Fourth Power, Social Communication (Media), Politics, Democracy.

À Rosa da minha vida, minha querida mãe.

AGRADECIMENTOS

Expresso o meu total agradecimento á minha mãe Rosa dos Santos Lopes, pela força e apoio que me foi transmitido e por ter lutado bravamente para que eu pudesse chegar a este patamar.

Ao meu orientador João Almeida Medina, pela sua paciência e pelos sábios conselhos, obrigado pelas correções, sugestões e pelas críticas, que foram de extrema importância para a concretização do trabalho. Serei eternamente grata.

À coordenadora do meu curso, doutora Risanda Soares, pela sua permanente insistência.

Um agradecimento especial à minha comadre Eneida Assunção Tibúrcio, obrigada minha preta pela tua amizade e por tudo o que representas para mim.

Aos professores e a todos aqueles que contribuíram, de forma direta ou indireta, nesse processo, as minhas sinceras palavras de agradecimento.

Obrigada a todos que fizeram parte dessa minha longa trajetória.

A imprensa pode causar mais danos que a bomba atômica. E deixar cicatrizes no cérebro.

Noam- Chomsky

GLOSSÁRIO DE TERMOS E ABREVIATURAS

MPD- Movimento para a Democracia

PAICV- Partido Africano da Independência de Cabo Verde

PAICG- Partido Africano da Independência de Guiné-Bissau e Cabo Verde

TVCE- Televisão Experimental Cabo-Verdiana

TNCV- Televisão Nacional de Cabo Verde

RTC- Radiotelevisão Cabo-verdiana

TCV-Televisão de Cabo Verde

ARC- Autoridade Reguladora para a Comunicação Social

DGCS- Direção Geral da Comunicação Social

ARC- Autoridade reguladora para a Comunicação Social

AJOC- Associação dos jornalistas de cabo verde

CRCV- Constituição da República de Cabo Verde

RSF- Repórteres Sem Fronteira

FH7- Freedom House

ÍNDICE

RESUMO	V
ABSTRACT	VI
AGRADECIMENTOS	VIII
GLOSSÁRIO DE TERMOS E ABREVIATURAS	X
ÍNDICE	XI
INTRODUÇÃO.....	12
1 CAPÍTULO I - O PAPEL DOS MEDIA NA CONSTRUÇÃO DAS DEMOCRACIAS	17
1.1. Relação Política e Media	18
1.2- Transformações Ocorridas Na Política Na Época Mediática	20
1.3. Os Media como Amplificadores da Comunicação	26
1.3.1 Impactos Das Tecnologias	26
2 CAPÍTULO II - MEDIA VERSUS QUARTO PODER.....	30
2.1 A origem do Quatro Poder.....	30
2.2 Críticos Da Teoria Do Quarto Poder	32
2.3 Contrapoder	35
2.4. A Web 2.0 e a Comunicação Política	36
2.4.1. A Web 2.0.....	36
2.4.2. Comunicação Política	38
2.4.3. Comunicação Política na Web 2.0 e as suas Vantagens	40
2.4.4. Comunicação Política na Web 2.0 e as suas Desvantagens	40
2.5. Fake News	41
3 CAPÍTULO III- OS MEDIA EM CABO VERDE.....	47
3.1. Contextualização	47
i- Contexto Atual do País	53
3.2. Autonomia Versus Dependência do Poder Político.....	57
3.3. A Comunicação Social Subsidiada pelo Estado	59
3.4 Liberdade de imprensa e dos media em Cabo Verde/ Manipulação	61
3.5. Análise das eleições presidenciais em Cabo Verde no ano de 2016 – O papel dos media cabo-verdianos	67
CONCLUSÃO.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	74
ANEXOS.....	82
ANEXO 1- ENTREVISTAS	82

INTRODUÇÃO

De acordo com as normas internas da Universidade do Mindelo para se obter o grau de Licenciatura em Ciência Política e Relações Internacionais mostra-se necessária a elaboração de um trabalho de conclusão de curso. Neste presente trabalho abordamos questões empíricas e teóricas relacionadas com a temática media e poder.

A escolha do tema orientou-se mais para o campo da comunicação política, mais precisamente para uma abordagem sobre a teoria do quarto poder. Este trabalho surge da necessidade de entendermos o papel dos media na sociedade cabo-verdiana como sendo ou não um quarto poder, tomando como objeto de análise as eleições presidenciais do ano de 2016.

Na obra *Mídia Poder e Contrapoder*, os autores afirmam que numa democracia representativa, como é o nosso caso, o principal poder é a opinião pública. “Ela pressiona os poderes legítimos e, além disso transmite a eles o descontentamento ou a sua desaprovação em relação a tal ou qual medida, sendo um agente indispensável para um bom funcionamento da democracia atual.” (Moraes, Serrano, & Ramonet, 2013., p. 65).

Os media são considerados os promotores da integração social, mas também da desintegração social, da estabilidade como da instabilidade, do consenso como da dissensão com impactos diferentes a vários níveis.

O autor Luís Marco atribui aos *media* a conotação de Panótico¹ por causa do carácter vigilantes que eles possuem ou deveriam possuir, pelas suas funções e pelo papel que desempenham nas sociedades.

O tema é, para nós, pertinente devido à centralidade que ocupa na vida das pessoas e das sociedades. Entender as suas ramificações possibilita-nos conhecer as funções que são desempenhados pelos mesmos, e que são vitais na atual conjuntura.

O poder executivo depende dos *media* por causa do seu carácter massivo, é através deles que as políticas são explicadas, expostas e são conhecidos os resultados dessas mesmas políticas.

¹ Termo que se refere a uma penitenciária termo usado pelo filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham em 1785 essa estrutura permite que um só guarda vigia todos os prisioneiros sem que eles saibam que estão a ser vigiados, o guarda acaba por provocar um medo neles que eles acabam por adotar os comportamentos desejados pelo guarda.

Os governantes quando se dirigem aos cidadãos recorrem aos *media* para que a mensagem seja passada com mais rapidez e de modo abrangente.

O poder legislativo está também ligado aos *media* por causa do carácter representativo das democracias. São os *media* que nos dão a conhecer as ações políticas, transmitem as sessões parlamentares; são eles que nos informam sobre as atividades políticas exercidas, aqueles que elegemos como representantes.

O poder judicial não atua de forma diferente dos demais. É também “vítima” do atropelamento dos *media*. Os juízes são, por vezes, vítimas de campanhas promovidas pelos *media*. Em países onde os julgamentos são efetuados sob a presença de jurados, eles estão sendo resguardados por causa do ambiente criado pelos *media*.

Perceber onde podemos encaixar os *media* é crucial já que cada dia mais a ideia que a fronteira entre o regional e o global cai por terra, por causa do fator globalização. Tornamo-nos bairros vizinhos por causa das tecnologias de informação e essa ideia de aldeia global é por causa do aparato tecnológico que culminam com grandes mudanças no modelo comunicacional adotada pelas sociedades (Konder, 2000/2001).

Ninguém, de maneira nenhuma, nega o papel indispensável dos *media* nas democracias, eles ocupam uma posição de grande relevância para o desenvolvimento dos mesmos, sempre que tenham princípios do bem comum.

Mas, mesmo assim a sua importância se torna acrescida diariamente, segundo Esteves (2003, p. 56) os *media* são fatores mais poderosos na transformação da estrutura do espaço público.

Com uma intervenção direta na política, os *media* são importantes para a legitimação do poder, e para alavancar as democracias. Porquanto procuramos reunir informações, dados com o propósito de responder a nossa pergunta de partida os Media como quarto poder: o caso das presidenciais de 2016 em Cabo Verde.

Objetivos

Tendo em conta a temática, foram elaboradas as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese 1- Os *media* em Cabo Verde configuram-se como um quarto poder ou são meramente atores sociais?

Hipótese 2 -Em Cabo Verde, os media contribuem para a consolidação da democracia por causa do seu papel interventivo nas eleições 2016?

Metodologia

A metodologia adotada para a elaboração do referido trabalho baseia-se em princípios básicos que qualquer trabalho dessa envergadura deve obedecer.

A primeira fase desse trabalho iniciou-se com uma investigação científica, que teve de suporte uma pesquisa bibliográfica como o objetivo da apresentação de conceitos e teorias referente ao tema em análise. Essa pesquisa tendo de suporte livros, revistas científicas, sites da internet, diversos documentos, trabalhos e estudos já publicados,

Esse referencial teórico foi extraído de estudos efetuados por autores como grande credibilidade e notoriedade como Jurgen Habermas, Montesquieu, Pascual Serrano, Dennis Morais, Paulo Amorim, Adriano Rodrigues, Daniel Proença de Carvalho, Mário Mesquita, Eduardo Granja Coutinho, Ignacio Ramonet, Denis Mcquail, Pedro Cadena, Milton José Pinto, Afonso Albuquerque, Marx Weber, Norberto Bobbio, Thomas Hobbes, entre outros.

Adotamos também como metodologia um método estudado pelo autor Milton Pinto² que se baseia na análise do discurso, que são técnicas utilizadas para análise de textos na procura e interpretação de vestígios que nos permitam fazer uma contextualização em três níveis, o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural.

Para Pinto (2002), a sociedade/cultura deve ser pensada dialeticamente. A produção, a circulação e o consumo dos textos são controlados pelas forças socioculturais, mas os textos também constituem a sociedade e a cultura, de um modo que pode ser tanto transformativo como reprodutivo, e a análise não pode separá-los.

Os textos não surgem isoladamente num universo discursivo dado, pertencem a uma redes organizadas. As evidências que o analista encontra numa superfície textual são completamente dependentes de um contexto.

² Milton José Pinto é especialista em análise do discurso, tendo graduado em Letras pela PUC-RIO fez mestrado em Língua Portuguesa e Linguística na mesma instituição e doutorou-se em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Foi diretor do Instituto Estadual do Livro do Rio de Janeiro entre 1975 e 1979. Lecionou no departamento de Letras da PUC-Rio entre 1971 e 1988 e na Escola de Comunicação da UFRJ de 1970 a 2009.

Para o autor, a análise de discursos não se interessa de todo pelo conteúdo do texto, pois não se trata de uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim interessa-se em como e porque da produção desses conteúdos, faz o uso de metodologias comparativas para a validação dessas interpretações.

Nessa contextualização, o autor leva em conta perguntas-chaves, que permite ao analista estudar outros aspetos para além das informações contidas nos textos, como o que foi dito, o porquê, como sem desvinculá-lo do seu destinatário ou do enunciador que dita a ideologia que o texto deve seguir.

O contexto é bastante importante para o desenrolar da pesquisa e a obtenção dos resultados finais, todo o texto é produzido mediante um contexto, e no nosso trabalho não podia ser diferente por isso o contexto que tivemos como objeto de estudo foi as eleições presidenciais de 2016.

Analizamos peças que foram produzidas pela Televisão de Cabo Verde durante o período das eleições presidenciais, de maneira a perceber que tipo de cobertura foi feito em 2016.

No fundo, fazemos uma análise interpretativa com metodologias comparativas ao destaque dado aos três candidatos por esse órgão nesse período, procurando saber se obedeceram os princípios que pautam a atividade jornalística como a neutralidade, imparcialidade, compromisso com a verdade, objetividade.

Outra técnica adotada foi a realização de entrevistas exploratórias, pois, foi através delas que conseguimos obter informações, que de outra forma não teríamos conseguido. Permitiram a confrontação de ideias e pontos de vista dos entrevistados, o que enriquece o trabalho e as conclusões do mesmo.

A escolha dos entrevistados foi feita consoante a área de atuação e a formação académica dos mesmos. Do universo de jornalistas existentes em São Vicente foram escolhidos José Leite, Matilde Dias, Francisco Delgado por causa da vasta experiência que possuem na área da comunicação social. E ainda o sociólogo Carlos Rodrigues por causa de conhecimentos que o mesmo possui sobre a temática abordada.

Como forma de obter informações mais neutras e imparciais foram escolhidos jornalistas que desempenham funções tanto no setor privado como no público.

No decorrer das entrevistas foi utilizado um guião estruturado, dando assim aos entrevistados a oportunidade de exporem as suas ideias, pontos de vista e convicções

sobre o tema em questão. Usamos a análise de conteúdo como forma de interpretar os dados provenientes das entrevistas, que foram incorporadas ao longo do texto reforçando assim as pesquisas bibliográficas que foram feitas inicialmente. As entrevistas aconteceram todas em São Vicente de maneira a facilitar a recolha dos dados.

De ressaltar que tivemos algumas dificuldades na hora de levantamento de informações, devido à carência de livros e documentos que tratassem do tema em questão na realidade cabo-verdiana. A nossa maior dificuldade foi encontrar dados bem organizados que nos permitissem fazer uma análise das presidenciais do ano de 2016. Em todas as plataformas digitais há inexistência e uma grande desorganização dos dados. Sendo assim fizemos a análise da RTC por ser a única plataforma digital onde os dados tinham uma organização lógica e cronológica.

Estrutura do trabalho

O trabalho estrutura-se em cinco etapas. Na primeira, encontra-se a Introdução, onde são descritas as motivações que estiveram por detrás da escolha do tema, a contextualização do tema, os objetivos, a metodologia e a estruturação do trabalho.

A segunda corresponde ao capítulo I do trabalho onde falamos do papel dos *media* na construção das democracias, nessa parte abordaremos conceitos chave como a democracia, pluralismo democrático, governo oposição etc. Tratamos de questões relativas a relação entre os *media* e a política, uso das tecnologias como forma de propaganda política, e os meios de comunicação com amplificadores da comunicação.

Em outro momento, correspondente ao capítulo II, debruçamos sobre a teoria do quarto poder analisando os pros e os contras. Na quarta etapa, o capítulo III, falamos da situação dos *media* em Cabo Verde e onde analisamos o papel desempenhado pelos *media* nas eleições presidenciais de 2016, questionando se constituem um quarto poder.

A última etapa, que corresponde à conclusão, onde se encontram as considerações finais referentes aos Media como quarto poder: o caso das presidenciais de 2016.

1 CAPÍTULO I - O PAPEL DOS MEDIA NA CONSTRUÇÃO DAS DEMOCRACIAS

No sentido etimológico da palavra, democracia significa o governo do povo, onde o povo deve ser escutado e levado em consideração nas tomadas de decisões. Mas, para além do significado qualitativo, tem também um carácter quantitativo por se tratar de um sistema das maiorias, sem esquecer das minorias.

A democracia é um aglomerado de normas e regras bem elaboradas. Esse sistema tem como propósito a regulação das camadas da sociedade que não são detentoras de poder. Till (1992, p. 20) realça que o “estado é uma organização coerciva que tem o poder de prevalecer sobre a maior parte das outras organizações no interior de um território com dimensões específicas, por isso essa obediência quase que total por parte dos governados”.

O modelo democrático não passa de uma proposta centrada no estado, que tem características que o torna um agente que administra as sociedades.

Esse regime tem na sua essência elementos que são importantes para o seu funcionamento como por exemplo:

- **Liberdades e direitos** - Em 1945 as Nações Unidas criaram foi um documento mais que só foi publicado mais tarde em 1948. Esse documento defendia os direitos fundamentais dos homens e passou a ser conhecida mundialmente com a Declaração Universal dos Direitos dos Homens;
- **Eleições** - Mecanismo pelo qual se legitima o poder, maneira pela qual a vontade do povo se faz saber
- **Estado de direito** - Um estado é considerado como sendo de direito quando há uma livre participação na vida política, e as liberdades e as leis são iguais para todos;
- **Parlamento** - Tem competências legislativas que lhe permite a elaboração e aprovação de leis;
- **Pluralismo democrático** - Sistema onde todas as opiniões, posições e reivindicações são reconhecidas e respeitadas;
- **Governo e oposição** - O primeiro é constituído pelo partido com maioria dos votos expressos e disfruta de prerrogativas que lhe permite administrar o país. A segunda faz o controlo do trabalho desenvolvido pelo governo;

- A comunicação social (media) é usada como forma de legitimar o poder adquirido por via das eleições e na restauração dos laços democráticos entre os governos e os governados.

1.1. Relação Política e Media

Com a globalização abriu-se espaço para uma maior conexão levando a uma interdependência de áreas. O poder político é o responsável pela elaboração de leis e a tomada de decisões de modo manter a ordem num determinado território, definindo os trâmites que a vida social deve obedecer.

Para o pai do liberalismo político o “poder político é a força do estado na execução de leis para defender a sociedade política contra danos externos observando um bem público” (Locke, 1998, p. 381). De maneira que é o único meio que estado tem de executar leis que promoverão a defesa do seu território.

“Na ótica aristotélica, o poder político tem como foco os governados e os governantes, mas que isso só acontece quando as democracias funcionam de forma plena, o que não acontece nos regimes degenerados onde o foco do poder político é unicamente os governantes. O poder político é um meio legítimo para garantir a soberania do estado, onde o poder está centrado no estado. O estado é o suportado do poder político” (Burdeau, 2005, pp. 1-5).

De acordo com Chomsky & Eduart (1994) os laços que ligam a comunicação social (media) e a política são questões legais, ou seja, para que os órgãos de comunicação social precisam de licenças que são autorizadas pelo governo

Os media e a política estão intimamente ligadas devido à mútua necessidade. Os media usam as informações políticas para atrair audiências, enquanto os políticos precisam fazer passar as mensagens ao público-alvo.

A relação entre os dois evoluiu, e se tornou em estratégia para a sedução dos governados em vantagem dos governantes, em “[...] um campo de encenação pública de imagens de marca que emprestam aos homens políticos” (Rodrigues M. R., 2002, p. 161).

Neste vínculo existente entre os dois, a comunicação social desempenha vários papéis, entre eles influenciam as agendas públicas e governamentais. Esse papel desempenhado pelos *media* no estabelecimento de agendas públicas e governamentais enquadra-se na teoria da agenda-setting que foi grifada por Walter Lippman na sua obra *Public Opinion* (1922).

Os *media* interferem nas sociedades e na política por via da agenda-setting. Eles determinam uma agenda que absorve a atenção das massas, elaboram informações que vão ao encontro de o ambiente vivido.

Ao darem preferência a umas questões em detrimento de outras, despertam a atenção das massas sobre determinados assuntos, tornando assim os fornecedores dos assuntos que devem ser serem discutidos na esfera pública.

Cobb, Jennie-Keit & Ross (1976) anunciaram que a criação da agenda-setting como forma de mudar as agendas governamentais ocorrem em três momentos distintos. O primeiro momento dá-se quando as questões ou assuntos agendados são trazidos ao conhecimento de todos por grupos independentes do poder político e vão à procura de apoio em outros grupos sociais. O segundo momento dá-se quando os assuntos surgem dentro dos próprios governos, e os decisores políticos vão à procura do apoio das massas para legitimação das suas decisões e não terem problemas na fase da implementação.

O terceiro momento surge quando os assuntos despontam dentro do próprio governo ou em grupos influentes com acesso direto aos decisores políticos, mas que não dependem do público para a sua aceitação ou implementação, exemplo questões ligadas à segurança.

Moreira (2016) faz uma resenha de definições de alguns autores em relação ao conceito que em português foi introduzido como agendamento.

McCombs e Shaw (1972) define a agenda-setting como a relação direta entre os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação com o conhecimento da opinião pública com os temas mais importantes da ordem do dia.

Erbring, Goldenberg e Miller (1980) referiram à agenda-setting como a frequência que os *media* lidam com um determinado tema e fazem a sua exposição ao público.

Cook, Tyler, Goetz, Gordon, Protess, Leff e Moloch (1983) definiram a agenda-setting como a capacidade que os *medias* possuem para definir prioridades políticas, levando as massas a acompanharem determinados assuntos em vez de outras de acordo com os seus interesses.

Brosius e Kepplinger (1990) argumentaram que a agenda-setting é um processo dinâmico porque em decorrências das mudanças que ocorrem no meio mediático assim também ocorre mudanças na mentalidade das pessoas e na importância que é dada a um determinado assunto.

McCombs e Shaw (1993) apontam que *agenda-setting* é uma teoria das prioridades. No jogo político partidário é necessário que as regras estabelecidas pelos *media* sejam levadas em consideração. São considerados como sendo peças fundamentais desse jogo político e para se conseguir ganhos significativos e preciso tê-los com aliados.

“A par do crescendo de influência dos meios de comunicação social, estamos a assistir a uma espécie de paralisia do poder político e um défice de representação das instituições tradicionais da democracia, Partidos Políticos, Parlamento, Governo e mesmo as forças sociais, como os sindicatos, e as suas formas clássicas de atuação e de luta perdem terreno em benefício da comunicação (media)”.
Carvalho, et al (n.d, p. 30)

Desde que as comunicações sociais (media) se aliaram ao poder político, passou a haver um esquecimento dos interesses públicos. Esse esquecimento é muitas vezes questionado por não se saber se é feita de forma proposital ou inconsciente. Com isso a informação que deveria ser correta, neutra, clara, objetiva é muitas vezes colocada em causa.

“A condução de políticas democráticas ou não a nível nacional e internacional, depende cada vez mais dos media de massa” (Mcquail, 2003, p. 4). Para além da relação de dependência entre eles, podemos dizer também que existe uma relação de hierarquia onde é difícil de definir quem é o subordinado de quem.

Podemos verificar, em simultâneo, uma relação de conflituosidade, pois estão envolvidos em áreas de grandes disputas, atuando como produtores e disseminadores dos acontecimentos da vida social.

Thomas Jefferson que foi o terceiro presidente dos Estados Unidos de América, e autor da declaração de dependência do país certa vez proferi que se fosse dado a ele a capacidade de escolher se deveria existir governos sem jornais (meios de comunicação), ou jornais sem governos, ele optaria pela segunda opção pelo papel que os mesmos desempenham.

1.2- Transformações Ocorridas Na Política Na Época Mediática

O conhecimento político dos cidadãos não se forma do nada, tem que haver canais para que haja a transmissão da informação. São ferramentas fundamentais para a construção do conhecimento.

Atualmente é impossível fazer-se política com se fazia na Grécia antiga, houve o aumento exponencial da população em todo o globo o que invalida essa prática, em detrimento disso passamos a viver numa mediocracia.

Para que as democracias e a própria política sobrevivessem foi necessário que os mesmos evoluíssem, com isso houve uma readaptação do modelo democrático e na forma de se fazer política.

Mário Mesquita dá-nos a conhecer algumas transformações que ocorreram no ambiente político com a chegada do *media*. Em “Subordinação dos acontecimentos” Mesquita (2004, p. 97) refere que as notícias tem cada vez menos tempo de permanência nos *media* porque há uma necessidade constante de produção de informações, e é assim que a máquina se alimenta e esse fenómeno tem implicações direta na política, as decisões são tomadas e planeadas tendo em conta o tempo de permanência na comunicação social (*media*).

“Hiperpersonalização da vida política” Mesquita (2004, p. 98) hoje já é possível se falar em telepolítica, política feita por vias dos ecrãs a uma forte centralização dos *media* na figura do líder e salvo os casos em que os *media* criam líderes políticos.

A figura do deputado foi perdendo valor enquanto representantes do povo, elo entre as massas e o executivo vai se perdendo, por causa da existência de candidatos celebridades. Esses candidatos precisam das massas para se chegar ao poder, e verdadeiramente não estão nem um pouco preocupados em defender os interesses públicos.

Em “Valorização de dimensões não-verbais”, Mesquita (2004, p. 98) nos fez saber que na era mediática foram revistos vários conceitos, as estratégias adotadas passaram a ser bem elaboradas e implementadas. A política tornou-se sofisticada, adotou-se o uso da comunicação política e de marketing político como forma de sedução. Dentro dessa comunicação política destacamos o uso do não-verbal que é tão importante como o uso do verbal.

Um exemplo disso foi o que aconteceu no nosso país nas últimas eleições em que a líder do Partido Africano para a Independência de Cabo Verde, Janira Hoffer Almada, durante todo o percurso eleitoral usava vestuários com cores semelhantes às do partido, transmitindo assim uma mensagem política.

Outro exemplo é o confronto entre candidatos em programas de debates. Para além da troca de argumentação e a avaliação e apresentação de propostas eleitorais, esses programas tem outras finalidades como avaliação da presença física do candidato, o saber estar, o saber posicionar, a linguagem gestual, expressões corporais.

Mesquita (2004) declara que há uma confusão da política e do entretenimento em que os políticos vivem quase que constantemente num constante *show business*, fazendo com que sejam figuras de grande visibilidade e com muita projeção.

“A política é desde sempre espetáculo, encenação, dramatização. A noção tão banalizada não significa novidade absoluta” (Mesquita, 2004, p. 100). Este autor fala em “adoção mediática do comício”. No seu entender, em tempos passados o comício dependia unicamente do candidato, no final o seu desgaste físico era visível. A seu dispor tinha não muito mais do que os símbolos do partido como bandeira, hino, emblemas, e pequenas multidões esses eram os seus suportes.

Com o desenvolvimento, chegaram as modernidades que passaram a servir suporte que na projeção do candidato, como os microfones, amplificadores, ecrãs gigantes, recetores de televisão, dando carácter nacional ao regional.

Estamos na época da sofisticação onde o velho aparelho que era considerado como um meio essencial para a transmissão de notícias e informações, sofreu profundas alterações.

Bandas, cantores tomaram conta dos comícios como objetivo de seduzir um maior número possível de eleitores, o *show business* apoderou-se dos comícios das casas parlamentares e da vida política.

A eficácia e a eficiência da política passaram a ser medida com novas técnicas como a sondagens, inquéritos, pesquisas de opiniões, consultorias de imagens, acessórias da comunicação. As sondagens utilizadas no meio político são uma forma de ajudar os políticos a analisar as suas ações e saberem o grau de satisfação ou não do público eleitor.

O jogo político depende cada vez mais dessa trilogia, a política já não está tão centrada no exercício do poder ou nas ideologias partidárias, porque tornou-se fulcral o uso de outros meios para a obtenção de resultados positivos.

Os agentes políticos passaram a fazer a sua atuação onde é-lhes proporcionado maior visibilidade onde as suas mensagens levam apenas minutos para se tornar do conhecimento de todos, essa visibilidade fez com que os media se tornassem os projetores da vida política no século XX.

A atuação de especialistas e técnicos no ambiente político passou a ser frequente, recorrer a *spin doctors* (assessores) agora é uma prática normal e usual. Os *spin doctors*, agentes com grande influência no cenário político, são profissionais que trabalham a comunicação

política dos políticos, dos partidos e dos próprios governos. Possuem características que nos levam a considerá-los os doutores da comunicação e do marketing político.

Por causa da massificação dos *media* e das novas configurações são figuras que têm ganharam um certo destaque. A atividade política tornou-se mais organizada, planeada e em sequência disso deu-se o aparecimento de uma nova forma de relacionamento ente os políticos e os eleitores.

O conceito que foi usado pela primeira vez em 1984 nos Estados Unidos de América, mas com a profissionalização do campo político, o grau de exigência tornou-se maior, não há espaço para o amadorismo, um erro pode ser fatal para um candidato ou um partido (Johnson, 2001). São responsáveis pelo alinhamento e sintonia de todo o que acontece nas campanhas eleitorais, sejam eles partidários ou individuais.

O autor Jorge Pedro Sousa, em Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media, dá-nos a conhecer também algumas transformações que ele verificou com a introdução dos media na política (Sousa, 2006, pp. 65-69).

- Conduziu à exposição, tão consentida como amaldiçoada, da vida privada dos políticos menos recatados, transfigurados numa espécie de "estrelas do mundo do espetáculo", de socialites de segunda linha.
- Levou os meios de comunicação a serem crescentemente usados como "balões de ensaio" para testar a recetividade pública a determinadas medidas, através, por exemplo, do mecanismo das "fugas de informação consentidas", a tempo de se corrigirem e negarem as propostas caso essa recetividade seja negativa;
- Desviou a política, submetida às linguagens mediáticas, em particular à linguagem audiovisual, para a esfera das imagens, do entretenimento e das emoções, o que esvazia o debate político e lhe tira elevação e racionalidade. A política confeciona-se, agora, para segmentos da audiência, públicos-alvo específicos. A ação política e a mensagem política transfiguram-se em mercadorias produzidas especialmente para agradar aos consumidores,
- Obrigou as mensagens políticas a competirem com outras mensagens no palco mediático, tornando difícil, fora do espaço do "grande jornalismo" (nomeadamente dos bons jornais de qualidade), a discussão política e ideológica em profundidade,

pois o grande público, "dotado de pouco capital cultural, muita impaciência, pequeno interesse estritamente político", está mais "interessado em entretenimento, curiosidades, espetáculos e competições" do que na mensagem política tradicional (Sousa, 2006),

- Promoveu uma perda de autenticidade da política, decorrente da percepção de que o campo político é cada vez mais profissional, técnico, científico e de que a comunicação política de massa supõe planeamento, previsão e controlo. Percebe-se que aquilo que o agente político diz e faz e o modo como ele se apresenta acompanham um script profissionalmente estabelecido e orientado por cálculos de eficiência. (...) Há cada vez menos espaço para o amadorismo, para a precariedade da organização, para a improvisação e para a espontaneidade;
- Organizações com ação política nem que se engajem no debate político. "A inserção da cidadania no jogo político (...) seria, por assim dizer, privada.....

Fazer política nos dias de hoje não significa estar inserido numa estrutura partidária, o campo político foi aberto a outras organizações que atuam no seio das sociedades. Essas estruturas não partidárias, mas que atuam ativamente na política se organizam em defesa de objetivos bem definidos, como por exemplo defesa dos consumidores, dos cidadãos e do ambiente e utilizam ferramentas comunicativas similares aos dos políticos para chegar aos seus propósitos.

Houve um ajustamento da esfera política. Antes sabíamos que o escrutínio público tinha datas bem específicas quanto a sua realização, mas com a chegada e o alargamento dos *media* os políticos passaram a estar envolvidos num ambiente de campanha permanente.

Todas as ações dos políticos e até mesmo dos governos passaram a estar sobre o olhar atento dos *media*, fazendo com que esses sujeitos sejam alvos permanente da sociedade civil e por todos que tem interesses nas atividades desenvolvidas pelos políticos.

O uso das tecnologias em prol da política fez com que a relação entre os agentes políticos e o público eleitorado mudasse drasticamente, o eleitorado tornou-se o principal agente da opinião pública recebeu novas atribuições, passaram a ser vistos como audiências, clientes, consumidores do produto político.

A política na época mediática tornou-se plebiscitário³ onde a sua aprovação passa pelas massas que são os criadores da opinião pública. Por causa disso as massas são cada vez mais críticas nas escolhas, na formulação de opiniões e mais exigentes perante a classe que nos representam, tornando assim vigilantes das ações políticas.

Os partidos políticos, que eram os principais transmissores de informações políticas, perderam espaço para os *media*, eles se tornaram incapazes perante abrangência dos *media*. Tornaram-se meros piões dentro de um sistema muito maior que o deles.

Na atualidade, deparamos com uma grande mudança passamos de uma política efetuada pelos partidos políticos para uma política efetuada pelos *media*. Tudo acontecia em torno dos partidos políticos e do líder do partido, ele era responsável pela escolha candidatos, das estratégias e coordenava todas as atividades desenvolvidas pelo partido.

Os *media* provocaram um deslocamento radical na política e do modo de construir hegemonia e soberanias em todo o mundo (Coutinho, Filho, & Pinto, 2008, p. 157).

O Príncipe de Maquiavel é uma obra de referência para o mundo político, mas o autor Otavio Ianni escreve outro livro de nome o Príncipe eletrônico (*media*) que ilustra na perfeição as mudanças ocorridas em torno da política por causa dos *media* e das novas tecnologias de comunicação.

No príncipe de Maquiavel, o poder se concentra na figura da pessoa política que é dotado de qualidades e virtudes que lhe permite atingir os seus objetivos. O príncipe eletrônico de Ianni conduziu a um revolucionar onde o foco não é nem a pessoa do político nem o partido político.

“Agora o príncipe eletrônico é uma entidade nebulosa e ativa, presente e invisível predominante ubique permeando continuamente todos os níveis da sociedade no âmbito local, nacional, regional mundial” (Ianni, 1999, p. 14). ”.

O príncipe eletrônico traz consigo a ágora eletrônica onde já não existe o público e o privado, onde conceitos se confundem povo com multidões, cidadão com consumidor, regional com a global.

³ Plebiscitário referente ao plebiscito direto demandado da plebe romana quando reunida em comício, voto do eleitorado sobre a proposta que lhe é apresentada. Dicionário Universal de Língua Portuguesa pg.1133 Porto editora.

Todo esse aparato tecnológico por detrás dos *media* veio a facilitar a vida dos agentes que atuam na esfera do poder. Vivíamos sobre uma extrema burocracia, a morosidade prejudicava o normal funcionamento do quotidiano e das instituições. Com a chegada das tecnologias o aparelho do estado tornou-se mais pleno e menos moroso no desempenho das suas atividades.

Os serviços públicos ficaram mais acessíveis por causa dos serviços de distribuição, a democracia digital apoderou-se das sociedades, causando uma diminuição dos custos do aparelho do estado. A vida do cidadãos ficou mais facilitada e as massas tornaram dinâmicas, os políticos ficaram mais atentos à opinião pública, os media tornaram aliados das massas como meio de discussão, formulação de opiniões, a esfera pública dá *feedback* à esfera política através do que chamamos de G2G⁴, a prestação de contas e esclarecimentos por parte do estado passou a ser quase que frequente. O estado agora preocupa-se em prestar serviços de cidadania das massas (Coutinho, Filho, & Pinto, 2008).

1.3. Os Media como Amplificadores da Comunicação

1.3.1 Impactos Das Tecnologias

Graças ao avanço tecnológico a época em que vivemos é denominada de várias terminologias nomeadamente, “aldeia global” (McLuhan, 1977), “Terceira Onda” (Toffler, 1980), “Sociedade em rede” (Castells, 1999), “Sociedade de Aprendizagem” (Levy 1999), “Sociedade digital” (Negroponte, 1995), “Sociedade de Informação” (Takahashi, 2000), “Era da Informação” (Castells) que veio acompanhado de vários impactos na vida das pessoas e nas sociedades em geral, impactos esses que são transversais a todas as esferas da sociedade, sociais, económicos, culturais, políticos. (Correia, SILVA, & Lima, 2010).

Em decorrência dessa nova realidade, Maria João Silveirinha destaca que a “internet surge assim como um novo médium, individuais e em grupo podem ser ouvidas e vistas por uma rede que ultrapassa as fronteiras convencionas dos sistemas mediáticos” (Silveirinha, 2002, p. 12).

⁴ G2G- forma reduzida na fonética da expressão, Government to Government (Governo para Governo). Designação dada as transações comerciais efetuadas por governos e órgãos governamentais pela internet Dicionário da Tecnologia – WWW.origemweb.com.br

Ervin Goffman defende ainda que os mass media estão na base da tomada de consciência por parte das sociedades em relação à sua própria existência, sendo considerados como ferramentas aptas para amparar o homem no decorrer da sua vida cívica e ativa nas sociedades. A imprensa acaba por preencher um vazio social (Conde, 2002, p. 131).

Os teóricos da escola de Chicago deliberaram que nas aldeias ou pequenas comunidades todos conheciam todos, todos vigiavam todos. Mas por causa do processo evolutivo das sociedades os indivíduos adquiriram liberdades e autonomias fazendo com que escolhem os seus próprios caminhos, escolhendo assim associar a iguais.

Esses estudiosos defendem que as democracias são sistemas compostas por vários elementos e a influência é de parte a parte, logo o indivíduo não existe fora da sociedade e nem a sociedade é indiferente ao indivíduo.

Para eles os media não somente disseminam mensagem, mas também têm a responsabilidade de fazer enquadramentos. Esses estudiosos foram criadores da teoria interpretativa onde deliberam que a comunicação social tem impactos diretos na vida das pessoas e sociedades. Na sequência dessa teoria surgiu outra, a da bala mágica ou da agulha hipodérmica que tem como fundamento a influência direta da comunicação social (tecnologias de informação) sobre as pessoas.

Por outro lado, os funcionalistas elaboraram a teoria do *two-step*, alegam que os meios de comunicação não têm grande poder no processo de mudança comportamental o que culminou na criação da teoria das múltiplas mediações que responsabiliza vários fatores pela mudanças do comportamento humano (Sousa, 2006).

Essa teoria *two-step* defende que os meios de comunicação (tecnologia de informação) não possuem um poder limitado por causa da complexidade do sistema que é composto por outros atores que são detentores de um poder.

Marcuse (1985) estudioso que pertencia à Escola de Frankfurt, vê as tecnologias de informação como sistema de dominação capazes de reconciliar forças opostas e eliminar os protestos pela liberdade.

As tecnologias são responsáveis por um alargamento do contexto económico, social e político, com impactos a todos os níveis (Brittos, 2002).

Na atualidade, vivemos num ciberespaço, que é mediado pelos *media* digitais, e que são vistos como um novo mecanismo de se fazer política com já referimos. Nesse espaço

cibernético apareceram como oportunidades para ações interventivas junto da esfera do poder, os media passaram a ser palco de ativismo contemporâneo, a internet é usada como espaço de várias lutas, reivindicações, denúncias, ondas de sensibilização levando a participação em ações interventivas de forma on-line e off-line.

A obtenção de informação através de sites, listas de debates, participação de fóruns, plataformas governamentais, motores de busca passou a ser o ponto de ligação entre pessoas dos mais variadíssimos pontos do globo.

Mas o que seria o cyberativismo? Podemos referir a essa expressão como sendo a utilização dos *media* digitais ligados à rede para movimentos políticos.

Com esses novos paradigmas, as instituições políticas viram-se obrigadas a se reestruturarem, a reprogramarem, os impactos foram tantos que na atualidade que para ser um agente ativo na política não é necessário sair de casa.

Antigamente, para se poder fazer um acompanhamento efetivo da política era necessário ir as associações sindicais, ir a comícios, estar mesmo presente juntos daqueles que eram responsáveis pela feitura da política, ações que acabavam por revelar preferências partidárias e ideológicas.

Assim sendo, quem eram os detentores de informações políticas, era quem de fato se interessava e que fazia de tudo para estar informado, mas a chegada das tecnologias fez com que os meios de comunicação se tornassem meios amplificadores da informação. Com isso apareceram novas formas de interação social e discussões políticas dando lugar a uma participação mais descentralizada.

Essa necessidade de ampliar as discussões, dinamizar a prestação de serviços, procurando mais eficácia e eficiência, está ligado ao fortalecimento da participação cívica e com o reforço do ideal de coletividade.

As tecnologias de informação e comunicações são impactantes na vida das sociedades porque elas interferem no processo comunicativo, o cidadão tem a prerrogativa de ser produtores e disseminadores da informação, o acesso à informação e a facilidade por causa de vários dispositivos de armazenamento, grandes fluxos de informação a baixo custo, possibilita a recuperação de informação caso seja necessário, etc.

Melo (2004, p. 22) frisou que a “comunicação social pode contribuir para a transformação de multidões em públicos ativos, fortalecem o sistema democrático”.

Com a revolução na tecnologia de informação e a sua rápida propagação no seio das sociedades tornaram meios amplificadores da comunicação e os impactos se tornaram visíveis. Vivemos num clima de constante desconfiança por causa da crise que se instaurou na política e nas democracias, onde escândalos políticos passaram a ser frequentes e até normais, onde as denúncias corrupção no sistema político chegam a nos por meio dessa tecnologia.

“A acumulação de informações falsas, imprecisas ou manipuladas despertou a desconfiança do público, gerando o que eu poderia chamar de insegurança informacional” (Moraes, Ramonet, & Serrano, 2013, p. 60).

Impactos como jamais vistos são verificados todos os dias, como por exemplo no Brasil as tecnologias proporcionaram o que chamamos de e-voto, tornando o processo eleitoral menos moroso e mais fácil.

2 CAPÍTULO II - MEDIA VERSUS QUARTO PODER

2.1 A origem do Quatro Poder

Referenciando o sociólogo português Nelson Traquina, o termo quarto poder foi criado no XIX, pelo deputado do parlamento inglês, Lorde Thomas Macaulay, alegando que o espaço que os jornalistas ocupavam dentro do parlamento inglês seria chamado de Quarto Poder.

Segundo esse autor, os jornalistas desempenhariam dupla função a primeira é que seriam os guardiões dos cidadãos contra a tirania, e o segundo é que seriam um meio de informação e comunicação fornecendo os meios necessários para o exercício da cidadania tornar-se-iam a voz da coletividade.

O termo quarto poder ganhou destaque nos finais do século XX, quando os media começaram a ganhar espaço nas sociedades e logo lhes foi atribuído a conotação de *watchdog*, consoante Eugénio Bucci.

Foi utilizado pela primeira vez por William Hazutt, que na verdade não falava dos *media* como quarto poder, mas sim de um jornalista que destacou na época devido a sua grande capacidade de panfletagem (Mesquita, 2004).

Moraes, Ramonet, & Serrano (2013, p. 72) comentaram que no período da revolução francesa o termo “quarto poder” foi cunhado para referir aos meios de comunicação, com o objetivo de controlar os três poderes constituintes”.

As sociedades modernas não podem funcionar sem os meios de comunicação e é nesta ótica que muitos o denominam de quarto poder, por causa da sua influência junto das sociedades e das massas em favor disso Luhmann (2000, p. 1) proferiu que ⁵“*Whatever we know about our society, or indeed about the world in which we live, we know through the mass media*” reforçando ainda mais a sua importância nas sociedades.

Os *media* começaram a ser chamados de quarto poder, porque Montesquieu escreveu no livro o *Espritos das Leis* que existem apenas três poderes constituídos, o executivo, o judicial, e o legislativo com capacidade de ação e coerção devidamente regulamentadas. As democracias poderiam sobreviver perfeitamente apenas com esses três poderes, mas

⁵ Tudo o que sabemos sobre a nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo no qual vivemos, sabemos através dos meios de comunicação (tradução livre).

com a eminência dos mesmos cometerem certos abusos tornou-se essencial um quarto poder para melhorar e frear a atuação dos três.

Thomas Carlyle referiu que há três estados no parlamento, mas lá longe, na galeria dos repórteres, senta-se um quarto estado (Fourth Estate) muito mais importante do que todos eles. Não se trata de uma figura de linguagem ou de um dito espirituoso trata-se de um fato literal (Carlyle, 1866).

Robert Merton e Paul Lazarsfeld citados em Lopes R (s.d), deram-nos a conhecer algumas funções ou papéis que os media desempenham nas sociedades, eles dispõem de funções com a atribuição de status às causas públicas, às pessoas, às organizações e aos movimentos sociais, conferem prestígio e valorizam a autoridade de indivíduos e ainda reforçam as normas sociais.

Mcquail (2003, p. 80) refere-se ao esquema elaborado por Lasswel para falar das três funções básica dos media, o da informação, da correlação e da continuidade. A primeira como já sabemos é o suporte para a existência dos media, já segunda nos remete para uma ponderação, interpretação e explicação de situações dando a possibilidade da criação de um consenso, o terceiro como já havia referido anteriormente possibilita manter e dar continuidade dos valores sociais.

Curran afirma tendo em conta a teoria liberal que os “meios de comunicação são vistos como uma reflexão da realidade” (Curran, 2002, p. 127). São canais por onde passam as mensagens, são responsáveis pela divulgação de informações que não são do conhecimento geral, mas que são do interesse público.

Identificam os problemas que carecem de uma intervenção governamental, denunciam as práticas administrativas que não coadunam com normas estabelecidas, sensibilizam os poderes públicos, veiculam as necessidades dos cidadãos, tornam visível a realidades de grupos sociais minoritários, possibilitam a abertura do espaço global e mundial, proporcionam o debate e analisam informações de maneira a fazer enquadramentos e contextualizações.

Desempenham funções importantes tanto ao nível social como a nível político. A nível social são um instrumento agregador da nação, no campo político ajudam na criação e no desenvolvimento das comunidades políticas, fazendo com que sejamos mais conscientes politicamente (Curran, 2002).

Nelson Traquinas (2007) considera-os como agentes que trabalham na criação de um espaço público de debate, dando a todos as mesmas possibilidade em relação a informação, desse modo todos estão em pé de igualdade, o que enrique os debates e torna-os mais críticos.

Esteves (2003) considera que hoje os *media* são indiscutivelmente, um dos fatores que mais contribui no processo de transformação das estruturas do espaço público sendo assim desempenham função de agentes transformadores com característica que lhes permitem ser os principais formadores de opiniões.

Dentro das funções desempenhadas pelos media encontramos várias lacunas, como o rigor, a qualidade o muitas vezes são deixados de lado em procedência do ambiente vivido torno do aparelho mediático.

2.2 Críticos Da Teoria Do Quarto Poder

Mário Mesquita relatou que estamos diante de uma hipérbole quando consideramos os media como um quarto poder, e remete nos ainda para o dicionário de política de William Safire⁶ que diz nos que o termo se encontra desatualizado.

“Governar nas sociedades contemporânea é cada dia mais difícil por sermos reféns de poderes de cunho financeiro, económico e tecnológico e que em certos momentos e condições os media realmente desfrutam de um poder, mas não como quarto poder” (Mesquita, 2004, pp. 71-72).

Ao citar os media com quarto poder e coloca-los em que pé de igualdade como os poderes instituídos, surgem várias questões que precisam serem respondidas. Como por exemplo de onde vem a legitimidade dos seus principais intervenientes, em termos de representatividade seriam necessários mandatos, como esse quarto poder seria avaliado, quem lhes confeririam a legitimidade, o povo realmente quer ser representado desta maneira

Os *media* não podem ser considerados de quarto poder porque falta-lhes rigor analítico devido a três fatores. Primeiro, os *media* não são possuidores de mecanismos essenciais para que sejam considerados poder constituinte que é a “capacidade de ação e de meios

⁶ William Safire, Political Dictionary, New York, Ballantine Books, 1980, p.242

concretos de coerção no quadro político” que são os requisitos essenciais para a definição clássica de poder (Thines & Lempereur, 1984, p. 713).

Em segundo, os órgãos de comunicação social não se reúnem num centro decisório unificado e coerente, semelhante ao executivo, legislativo e judicial. Por último, por mais que as estrutura mediáticas sejam significativas, o grau de autonomia dos *media* e do jornalismo é reduzido quando comparado com os três órgãos do Estado (Mesquita, 2004).

Para Mesquita, os *media* são considerados de quarto poder somente ao nível das perceções, porque têm alguma influência sendo assim vivemos na época da supervalorização dos *media*. Visto por outra perspetiva os *media* não possuem um contrapoder, eles não têm oposição; o governo possui oposição, as classes profissionais dispõem de sindicatos, as instituições que tem associações que lutam para os direitos dos seus associados, mas em relação aos *media* ninguém os controlam logo o termo quarto poder situa-se apenas na compreensão pública.

Albuquerque (s.d) esse suposto quarto poder reivindicado pelos *media* não tem constitucionalidade. Não possuem meios materiais para se valerem desse poder o que não desmerece o papel que têm desempenhado, que é manter o equilíbrio.

O carácter económico dos *media* é outro fenómeno bastante criticado, quando se lança na análise dos *media* como quarto poder, a quantidade de investimentos que são feitos no setor são avultadas as transações acontecem quase que diariamente em todas as áreas afetas aos *media*. Os meios de comunicação formam-se em conglomerados formando grandes impérios mediáticos (Ramonet, 2006).

A tendência é privilegiarem grupos económicos, políticos e financeiros fazendo com que as suas opiniões sejam vistas e ouvidas por todos. Levando as massas a crerem que estão preocupados com a opinião pública, quando afinal somente seguem diretrizes estabelecidas por quem de direito.

“A natureza comercial dos *media* tanto pode ser positiva como negativa, na medida em que o sucesso comercial pode oferecer independência de instituições ou grupos, mas pode também limitar o exercício das suas funções como quarto poder, pois o lucro é agora mais importante que a independência perante outros poderes ou pressões (Schultz, 1998, p. 96) “.

Podemos dizer que os media se encontram afundados numa crise por defenderem cada vez mais os interesses privados em vez de interesses público, tornando o mercado mediático menos independente e mais atrativo a investimentos.

Bancos e fundos de pensão passaram a investir atraídos pela expectativa de alta rentabilidade com a explosão digital. Isso significou uma intercessão cada vez maior entre o capital financeiro e o capital mediático, cujas principais evidências são garantia de suporte financeiro à aguda internacionalização da indústria de bens simbólicos, financiamentos bancários a compras, fusões e infraestrutura tecnológica, sociedades e participações cruzadas que asseguram aos bancos cotas acionários e parcerias em projetos de entretenimento (parques temáticos, superproduções de Hollywood, turnês de astros da música pop), e de interferência do trade financeiro em ações estratégicas dos conglomerados de comunicação (Moraes, Serrano, & Ramonet, 2013., p. 24).

A ideia dos media como o *Fourth Estate* ou quarto poder não se verifica na prática, porque eles não possuem condições essenciais que lhes permitem ser o quarto poder, não têm autonomia estão sempre submissos a.

Moraes, Ramonet e Serrano (2013, p. 74) mencionaram que esses “meios não são quarto poder nem um, são sim o poder do dinheiro”. Sergei Halim proferiu que “a informação é hoje um produto como qualquer outro, objeto de compra e venda”.

Para Halimi (1998) as informações veiculadas pelos media tornaram-se autênticas mercadorias, onde o teor económico é gritante, a sua gestão é feita da mesma forma que outras empresas dirigidas com verdadeiras empresas, são vítimas de um controlo económico, financeiro, político o que coloca a sua autonomia e atuação em questão.

Mesquita (2004, p. 72) fala de uma quarta fraqueza “devido as suas fragilidades, perda de credibilidade por parte dos indivíduos, perda da sua neutralidade e principalmente de identidade, essa identidade que era regulada por princípios que norteavam as suas atividades, mas que devido a novas configurações sofreram grandes alterações”.

Ao nosso entender esse suposto quarto causa uma certa confusão. Nas sociedades contemporâneas os *media* realmente desempenham um papel relevante, mas numa análise literal da expressão chegamos à conclusão que há um certo desalinhamento entre o conceito propriamente dito e o que é a sua prática.

Esse poder que os media possuem não se dá a nível estatal nem pode ter características legais igual ao poder legislativo, judicial e executivo.

Esse poder só é válido quando se trata da divulgação de problemas sociais, porque de outra maneira não teríamos acesso a informações que nos são pertinentes. O alcance desse poder dá-se somente no campo do tratamento e divulgação de notícias, na demonstração do descontentamento com o sistema.

2.3 Contrapoder

O termo contrapoder passou a ser mais usado do que o termo quarto poder, por aproximar-se um pouco das funções que os media desempenham nas sociedades. O papel desempenhado pelos jornalistas e pelos próprios media, no entender de vários autores se enquadra mais na definição de contrapoder do que um quarto.

Mário Mesquita defende que “as instituições da imprensa são encaradas como parte integrante do sistema de pesos e contrapesos característico dos regimes democráticos” (Mesquita, 2004, p. 74). Foram anunciados como o quarto poder em tempos totalmente diferente dos atuais, no entanto para o autor nalgumas situações pontuais, em condições bem definidas e em colaboração com outras organizações podem até desempenhar funções de um contrapoder.

O caso Dreyfus foi um acontecimento político que ocorreu na França nos finais século XIX, e despoletou várias ações de protesto por causa da condenação injusta de Alfred Dreyfus à prisão perpétua. Mesmo depois da apresentação das várias provas que o inocentavam ele foi condenado e isso gerou uma onda de insatisfação e revolta em intelectuais franceses.

Émile Zola queria combater o erro judicial. Na sequência escreveu a 13 de janeiro de 1898 um artigo que se intitulava “*J'accuse*” que tinha como objetivo a libertação do general inocente, mas também proceder a denúncia contra um sistema que para o jornalista era corrupto e preconceituoso. Essas ações preconizadas pelo jornalista culminaram com a absolvição e a declaração de inocência do general que foi automaticamente reintegrado no exército.

Outo caso que destacamos é o do Watergate nos anos 70 onde foi atribuído a dois repórteres no caso Bob Woodward e Carl Bernstein certas honrarias por terem contribuído para a evolução da democracia Norte-Americana. Os jornalistas trabalharam numa investigação que derrubou o governo do presidente norte-americano Richard Nixon. Eles

denunciaram uma rede de corrupção levada a cabo pelo Partido Republicano com o objetivo da reeleição de Nixon. Isso acabou por provocar a demissão do presidente em 1974.

Episódios como esses que nos possibilitam dizer que o jornalismo e jornalistas são capazes de mudar o rumo das sociedades e da história, mas por outro lado há certas questões que não se calam como por exemplo as motivações que estão por detrás dessas ações.

Vários são os contributos dados pelos jornalistas e pelos media, mas até que ponto podemos considera-los de contrapoder constitui a questão.

“A fragilidade dos processos de investigação jornalística, a ausência de escrúpulos e a procura do êxito profissional sem olhar a meios, a pressão das audiências e das vendas constituem algumas das motivações que contribuíram para acentuar, sobretudo nas últimas duas décadas, situações lesivas da credibilidade dos media” (Mesquita, 2004, p. 75).

Mesquita (2004, p. 76) em citação a Daniel Cornu deu-nos a conhecer seis fragilidades desse contrapoder:

O declínio da autonomia dos jornalistas perante diversas formas de poder, a fragilização das operações de verificação e cotejo das informações, a forma como estabelecem a agenda, a espectacularização das informações, os atentados à liberdade individual e à proteção da intimidade da vida privada. E por fim a submissão dos “agentes dos media” às respetivas entidades patronais e os conflitos que se geram entre a lógica intelectual e a lógica da rentabilidade empresarial.

Devido a isso verificamos que os anos áureos vividos pelo jornalista e pelos media ficaram para trás, e mesmo a função de contrapoder dissipou-se tornando-os apenas um mero funcionário da humanidade

2.4. A Web 2.0 e a Comunicação Política

2.4.1. A Web 2.0

O termo popularizou em outubro de 2014 graças a O'Reilly, que fez uso do termo para classificar a utilização da internet como plataforma digital, ou ainda pode ser considerada de serviços online que são responsáveis pela intensificação de todas as formas de partilhas, publicações e organização das informações.

Podemos ainda referir a Web 2.0 como sendo uma agregação de técnicas informáticas (serviços Web), mas também como um período tecnológico específico, ou ainda um conjunto de novas técnicas de marketing usando da comunicação que é mediada pelo computador (Primo, 2007).

A Web 2.0 é apontada como um espaço de sociabilidade e cooperação, dando oportunidades para a criação de conteúdos de forma livre, longe do controlo dos governos e dos conglomerados mediáticos. Rede que possibilita contributos sociais, culturais, financeiros, e políticos devido a trocas, convivências, colaborações e cooperações (Costa, 2005). Com a Internet, as pessoas deixam de ser somente consumidoras de conteúdos, elas passaram a ter o poder de interferir diretamente no fluxo informacional.

A interação era um fenómeno impercetível e se houve algum tipo de interação entre as pessoas ela era mínima, mas com o chegar das novas ferramentas tecnológicas a Web 2.0 desfrutamos de uma interação sem precedentes (Araújo & Rios, 2010).

Quais são as consequências dessa interatividade? Propiciou uma maior aproximação entre iguais, pessoas que partilham interesses e propósitos similares sem que haja a necessidade da presença física. Essa questão da presença física constituía um entrave, que acarretava grandes inconvenientes, mas graças aos avanços que provieram da Web 2.0 passou a haver maior confortabilidade, fazendo com que o contacto com o mundo seja ilimitado devido ao espaço virtual.

A Web deu-nos a oportunidade do conhecimento público das coisas que antigamente procediam a portas fechadas e tornavam do conhecimento público somente no momento da implementação.

Para Weber, essa visibilidade permite a criação de credibilidade que poderá ser convertida em capital político, que é uma mais-valia para o jogo político. Segundo a autora, existir ao nível político está intimamente ligada à visibilidade que os media proporcionam (Weber, 2006).

Podemos verificar que nesse ambiente de muita visualização o terreno é muito fértil para disputas, logo a disputa pelo controlo da visibilidade nos media é permanente. O controlo pela publicação de informações de carácter político é constante, portanto o campo de visibilidade é um conjunto de informações que procedem de todas as direcções de vários

formatos e que se atualizam a todo o momento devido ao processo dinâmico da política e dos media.

Essa visibilidade é uma faca de dois gumes, ao mesmo tempo que é responsável pela criação de inúmeras oportunidades para os atores políticos e as instituições, pode também apresentar certos riscos. A título de exemplo essa completa exposição por parte dos atores pode causar uma certa perda de credibilidade. Pode ainda levar a fugas de informações, a gafes, a demonstrações de perda de controlo e estabilidade emocional.

A Web 2.0 foi usada como meio para desenvolver a candidatura de Barack Obama, onde desenvolveram uma comunicação política usando todo um aparato tecnológico que se encontrava à disposição. O incontestável sucesso político alcançado por Barack Obama nas eleições norte-americanas de 2008, sem dúvidas, foi graças ao uso acertado da Web 2.0.

O cientista político americano e diretor de pesquisa do Projeto Democracia On-line da Universidade George Washington, Michael Cornfield Gomes citado em Fernandes, Reis, & Silva, (2009) referiu que “Sem internet não haveria Obama”.

A campanha ficou conhecida como um marco histórico, no qual se mostrou claramente que o relacionamento entre a Web 2.0 e a comunicação política traduziu-se em resultados satisfatórios. Mostrando que é possível atingir eleitores, arrecadar verbas, proceder a um controlo e gestão da opinião pública através do uso da internet como meio político, desde que haja o uso apropriado da comunicação política (Gomes, Fernandes, Reis, & Silva, 2009).

2.4.2. Comunicação Política

Entende-se por comunicação política um conjunto de técnicas e processos utilizados pelos atores políticos, sejam eles pessoas singulares ou coletivas a fim de influenciar a opinião (Mesquita, 2004, p. 91).

Deveremos levar em conta que a definição da comunicação política é bastante abrangente, por ser um conceito complexo englobar desde as técnicas mais tradicionais como as manifestações, tomadas de posse, greves, até as suas mais recentes facetas que advieram da evolução tecnológicas (o uso de plataforma digitais e os media).

A Comunicação Política diz respeito às comunicações internas e externas ligadas aos partidos políticos, ou a instituições políticas e governamentais, é a comunicação que ocorre entre os indivíduos como cidadãos que é feita pela crítica pública que podem ser profissionais e é igualmente toda a comunicação gerada acerca dos atores políticos. (Serra, Eduardo, & Gonçalves,, 2013, p. 168).

Significado complexo por ser uma ideia composta por dois termos diferentes como comunicação e política. A palavra comunicação que deriva da palavra latina “communis” que significa comum ou comunidade e política que também tem raízes no grego e deriva da palavra “polis” que significa cidade, estado. Essa complexidade é resultado da maneira como os agentes e atores políticos se cruzam e interagem no campo da comunicação

A comunicação política não pode ser entendida somente como um conjunto de mensagens que ocorrem dentro de um sistema político. Ela permite atividade de formação de demandas, de mudanças nas próprias respostas do sistema, de compreensão dos processos políticos, ou, ainda, como unidade de análise das teorias políticas, da sociolinguística, da sociologia de massas e dos estudos de concentração e distribuição do poder político dentro dos diversos grupos organizados (Santos, 2007, p. 65).

No que tange à comunicação para fins políticos podemos dizer que há o uso de uma comunicação por canais diretos e indiretos. Os canais diretos usados pelos partidos políticos englobam atividades formais como reuniões, conferências e congressos dos partidos, eleições quando houver embates eleitorais, propaganda política, anúncios de televisão e da radio, outdoors, discursos, entre outros.

A comunicação política que é efetuada de forma indireta não tem nada a ver com os partidos. Aqui são produzidas notícias, entrevistas a lideranças, gravações de campanhas eleitorais para a rádio ou televisão. Os meios indiretos estão intimamente ligados ao *media*.

Qualquer político tem de se apropriar dessas ferramentas no desempenho das suas funções, no decorrer do tempo foram vários os meios que foram utilizados pela classe como forma de ter uma comunicação fluída com o eleitorado.

Almejar resultados ambiciosos os atores políticos sempre procuraram uma maneira de estabelecer uma comunicação política com o eleitorado. Em decorrência disso essa a comunicação política passou a fazer parte das várias estratégias adotadas por agentes políticos e governos.

Passou a existir uma aproximação da esfera política e a esfera jornalista por causa dessa comunicação política. McNair afirma que essa aproximação deu origem a uma nova atividade intitulada de relações públicas políticas que engloba a administração dos *media*, a gestão da imagem e do marketing político, a comunicação política interna ou seja a maneira de como a informação é tratada (McNair, 1995).

2.4.3. Comunicação Política na Web 2.0 e as suas Vantagens

A partilha de conhecimentos e de informações em qualquer momento, a qualquer hora e em qualquer lugar, com baixos custos fez com que o fluxo de conteúdos produzidos e partilhados aumentassem significativamente.

No campo político as vantagens são muitas. Os políticos podem fazer uso dessas plataformas digitais em seu favor, nesse espaço mediador o candidato tem a total a liberdade de dizer exatamente aquilo que quer.

Houve ganhos significativos em relação à passagem de informação por parte da classe política. Agora usufruem de mecanismos que lhes possibilitam falar diretamente ao público, já não é necessário o uso de mediador. Thompson (2008) refere que com isso passou a haver uma relação menos institucional e um maior envolvimento das massas em questões políticas.

Maiores facilidades na obtenção de seguidores, simpatizante, e até militantes, nesse aspeto destacamos um efeito dominó. Basta que um utilizador tenha acesso à mensagem transmitida para que o mesmo se propaga, tornando-o do conhecimento público. Aquele fenómeno que outrora chamávamos de boca a boca quando se tratava da passagem de informação política fora do espaço digital. Hoje poderemos atrever a dizer que estamos perante o fenómeno de partilha a partilha.

2.4.4. Comunicação Política na Web 2.0 e as suas Desvantagens

Falta de controlo em relação aos conteúdos publicados muitas vezes pode levar a confusão a desinformação e a falsas interpretações por parte de quem entra em contacto com esses conteúdos.

Certa vez Hitler referiu que a radio nas mãos de inimigos era um perigo, nesse caso vou um pouco mais longe dizendo que o uso da Web 2.0 como instrumento da comunicação política pode constituir também uma forte ameaça.

Visto que as técnicas que são usadas para a comunicação política são tão bem elaboradas e exploradas que conseguem atingir exatamente os objetivos traçados, levando as massas a pensarem e a agirem de acordo com interesses alheios.

Devido a abrangência da Web 2.0 todos nós passamos a estar expostos a esse tipo de constrangimento, ou seja, muitas vezes as informações são tão bem elaboradas que nos salta a vista somente as coisas boas, mas deveremos estar cientes de que com a expansão da Web a manipulação ganhou novos contornos.

Uma outra desvantagem do uso da Web 2.0 como disseminadora de informações políticas reside no fato de que muitos falam da interatividade que a mesma trouxe consigo. Dai que a participação se tornou maior, e a elaboração de discursos de acordo com as informações que são nos facultadas tornou-se comum (Rodrigues, 2010).

2.5. Fake News

A quantidade de informação que passou a estar a nosso dispor cada dia mais devido ao vazamento e a expansão da informação “em que a informação se prolifera e circula em uma quantidade e velocidade vultosas” (Brisola & Romero, 2018, p. 3).

Neste processo de expansão e proliferação se reacende o debate sobre os fake news, que passaram a dominar todas as áreas desde a política até a vida privada das pessoas.

Allcotte e Gentzkow (2017, p. 4) referenciaram os *fake news* como sendo “sinais distorcidos não relacionados com a verdade ou ainda notícias que são intencionalmente falsas e aptos a serem verificados como tal e podem enganar os locutores”.

Podem ser ainda referências fora do contexto, inacabados de maneira a provocar um certo controlo e provocar insegurança, interrogação, histórias adulteradas, boatos, inverdades que são produzidas como isca para acumulação de cliques e lucro com as propagandas e publicidades digitais

Para Otavio Frias Filho, *fake news* deveriam ser “compreendidos como toda a informação que sendo de modo comprovado falso, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido

formada ou posta em circulação por negligência ou má-fé neste caso com vista o lucro fácil ou manipulação política” (Filho, 2018, p. 43).

A fabricação de notícias falsas não é uma exclusividade da época mediática, é um fenómeno antigo que ganhou novos contornos com a evolução da rede e das novas tecnologias.

Dessa rede faz parte um leque de ferramentas que possibilita a disseminação de notícias como as redes sociais, os sites, vídeos, áudios, os blogs, os sistemas de micromensagens, a redes de robôs, os trollo e os podcasts.

Com a intensão de transmitir notícias falsas são criadas contas denominadas de robôs que são controladas por softwares, imitando comportamentos humanos participam de forma ativa nas democracias promovendo muitas vezes discussões forjadas.

Robôs são utilizados em várias esferas, mas na política a sua atuação é devastadora por se tratar de políticas que salvaguardam a existência dos próprios estados. Participam da opinião pública, são usados muitas vezes para difamações, na perde de credibilidade das instituições, de figuras públicos, de governantes e dirigentes, manipulam debates.

Essa temática tornou um assunto de preocupação geral e é tratado em todas as instâncias. Há relatos de acontecimentos onde a disseminação de notícias falsas terminaram de forma trágica. O caso pizzagate onde apareceram boatos de que a candidata democrata comandaria uma rede de pedofilia, e que todo o esquema teria como sede uma pizzeria localiza em Washington cujo dono era James Alefantis. Pertencia ao partido democrática e por ser eleitor ativo tornou-se um alvo a abater. Com isso espalharam calúnias a seu respeito, e foram as várias ameaças de morte que ele e seus funcionários receberam (Wendling, 2018).

Nas campanhas norte-americanas de 2016 em que saiu vencedor o candidato Donald Trump vários autores afirmam que houve divulgação de um número elevado de fake news. Foi criada tantas propagandas e notícias falsas em torno das eleições que alguns estudos feitos deram a conhecer que a vitória de Donald Trump só foi possível por causa dos *fake news*.

Foram produzidas mais ou menos 115 notícias falsas que foram compartilhas 30 milhões de vezes em relação a 41 de Hillary Clinton que foram compartilhados 7,6 milhões de vezes (Allcotte & Gentzkow, 2017).

Antes de partilhar qualquer conteúdo é necessária uma análise total do texto, ter cuidado com títulos que usam o apelo com recurso, títulos polémicos que são fabricados para a atenção dos leitores e fazer com que o corpo do texto seja esquecido.

Procurar possíveis erros ortográficos, bons profissionais da comunicação possuem um vocabulário e uma linguagem própria e primam pelo uso correto de normas gramaticais o que não acontece com os atores que fabricam *fake news*.

Verificação dos autores é outra maneira de confirmar a credibilidade do conteúdo, autores que são credíveis e sérios publicam com uma certa frequência. Normalmente escrevem para grandes jornais, para revistas científicas, trabalham em instituições e institutos confiáveis e têm uma reputação contruída com muito trabalho. O que não acontece com aqueles que usam a rede como meio para disseminar mensagens distorcidas, enganosa e difamatórias.

Conhecer os sites de onde se tira a informação é também uma maneira de prevenção, devemos ter em atenção o endereço, procurar saber quem são os editores, e as ideologias seguidas por esses sites.

Ver também a data das publicações e as respetivas atualizações, de maneira a evitar que notícias velhas sejam reeditadas com o objetivo para provocar instabilidade.

Não se contentar somente com aquilo que chega até nós por via das redes sociais, precisamos pesquisar para além das redes sociais. Notícias verdadeiras e de grande impacto são sempre publicadas por jornais e canais de renome e credíveis, ir beber em fontes capacitadas.

Tendo em atenção todo esse cenário, certas medidas de combate estão sendo discutida e tomadas pelo mundo inteiro, tanto a nível nacional como também internacionais (as organizações internacionais)

Na atualidade a preocupação das organizações em relação ao fake news é grande são ameaças eminentes com consequências devastadoras a todos os níveis, são os meios utilizados para destruir reputações, credibilidades, intolerância, a hostilidade, discriminação e ainda incitam a violência (Quadros, 2018).

Na china a liberdade de expressão é controlada e limitada, em Itália foi criado um portal de denúncias e divulgação de notícias falsas como forma de alertar os usuários.

Na Alemanha há multas avultadas para aquelas empresas que difundem e não fazem a remoção de notícias falsas das suas páginas. Em 2017 foi aprovada uma lei contra a publicação de discursos de ódio, pornografia infantil nos media, na decorrência o antigo ministro da justiça Heiko Maas afirmou que a liberdade de imprensa termina onde começa a lei criminal.

No Reino Unido usam o broadcasting code para punir quem faz a propaganda de notícias falsa, e como medida de sanção as suas licenças são suspensas correndo até o risco de serem revogadas.

No Brasil há uma legislação própria para o tratamento dessas questões e quem produzir e disseminar informação falsa e sancionada de acordo com essa legislação, sendo assim vários projetos de leis estão em andamento com forma de se conseguir suporte jurídico forte num país com altos índices de conectividade.

Na Malásia e no Quênia a aprovação de lei contra a propagação de notícias falsas sanciona os infratores com multas e prisões.

A União Europeia tem em andamento várias medidas de contenção e combate aos *fake news*, foi criado um código de boas práticas, foi criada uma instituição independente para checagem de notícias, promovem campanhas da literacia digital. Produziram no ano passado um relatório de nome A multidimensional approach to disinformation como forma de alertar e reforçar necessidade dos estados membros proporcionarem a literacia as massas como forma de prevenção.

Várias instituições privadas dão combate aos fake, por exemplo a organização Meedan criou um projeto de nome Check⁷ que checa, monitora e denuncia notícias falsas.

O facebook, através do seu diretor geral, deu-nos a conhecer que têm a intenção de implementar algumas medidas, já fez algumas alterações com a introdução de ferramentas ajudam no processo de denúncia, isto em parceria com os verificadores (Jamieson & Solon, 2016).

Agências foram criadas com serviços direcionadas para o combate das notícias falsas como por exemplo:

⁷ <https://medan.com/en/Check>

- AOS FATOS (aosfatos.org), que tem a incumbência de verificar vídeos, e correntes de memes que movimentam pela internet;
- E-FARSAS (e-farsas.com), fazem a verificação da veracidade dos sites e sua classificação;
- VAZA FALSIAE (vazafalsiane.com), que trabalham com a literacia digital

Houve uma migração dos media tradicionais para os media digitais, e desse modo foi possível fazer uma ligação entre os velhos e os novos media o que proporcionou uma associação de recursos e de meios. Disfrutaram de uma nova maneira de relacionamento, para João Canavilha isso se designa de ecossistema mediático (Canavilha, 2010).

A migração dos meios tradicionais para a Web esbateu fronteiras e iniciou processos de convergência que torna cada vez mais difícil distinguir onde acaba um meio e começa outro, a imprensa ganhou distribuição global imediata uma característica da rádio e da televisão graças aos satélites, a rádio ganhou imagem características típica da rádio, a televisão ganhou novos níveis de interação típicos da internet. (Marktst, 2011, p. 5).

A informação passou a ser um dado adquirido por todos, podemos acessa-la em qualquer momento basta estarmos ligados a rede, graças a internet que inicialmente era considerado um meio que favorecia somente as elites, hoje acaba por nos proporcionar muitas facilidades, com isso as notícias passaram a ser abertas suscetíveis a partilhas, críticas e opiniões. A internet possibilitou uma interligação entre todos os media tanto os analógicos como os digitais.

Os *fake news* dificultam a nossa visão sobre o estado das coisas e do mundo há uma grande confusão entre o falso e o legítimo. As pessoas passaram a questionar as suas crenças, opiniões e ideologias e os sistemas, causando um grande problema as democracias.

Corroem a capacidades que as massas têm na hora de fazerem as suas escolhas, sejam elas de carácter político, sociocultural e mesmo até económico. Em terceiro há espaço para ceticismo em relação as fontes oficiais uma vez mais que é muito difícil distinguir os produtores dos de disseminadores dessas notícias.

Os ganhos financeiros provenientes da produção e disseminação dos *fake news* são enormes tornando uma área bastante atrativa. Relembrando os adolescentes dos Vales no que na campanha norte-americana no ano de 2016 faturaram dezenas de milhares de dólares muito com a produção e propagaram notícias falsas contra e a favor dos dois candidatos (Subramanian, 2017).

Os aspetos ideológicos tendem a mostrar a preferência de candidatos, enaltecimento de candidaturas e das ideologias partidárias. As produções de notícias falsas por razões ideológicas mexem com o campo das emoções, sendo assim são produzidas com base naquilo que o produtor defende e acredita já são contaminadas de partida.

A pré-disposição em acreditar e aceitar uma notícia que vai de encontro com a sua linha ideológica é muito maior, por este motivo que nos Estados Unidos de América a eleição de 2016 foi uma verdadeira batalha. A probabilidade de um republicano acreditar em notícia falsa sobre Hillary é muito maior em relação a uma notícia falsa contra o Donald Trump. Esse fenómeno é chamado da teoria do alinhamento ideológico.

Segundo Bakshy, Messing, & Adamic (2015) nos *media* sociais a amizade entre os usuários tem características comuns, portanto as amizades são ideologicamente organizadas consequentemente as pessoas são consideradas mais propensas a ler e compartilhar artigos de notícias alinhados com suas posições ideológicas.

A exposição das notícias falsas pró-Trump culminaram em vários acessos por parte do eleitorado norte, Spenkuch & Toniatti (2016) referiram que a exposição dos eleitores a um anúncio de campanha televisiva pode alterar as intenções de votos em aproximadamente 0,02 pontos percentuais, por assim ser ele pensa que a divulgação de notícias mesmo que sejam falsas, são muito persuasivas.

No decorrer dessa análise chegamos a conclusão que analisar os fake news requer o cruzamento de vários fatores.

3 CAPÍTULO III- OS MEDIA EM CABO VERDE

3.1. Contextualização

A primeira tipografia foi enviada para Cabo Verde em 1842, tendo começado a funcionar nesse mesmo ano a Imprensa Nacional de Cabo Verde e Guiné (Brito-Semedo, 2006, p. 162). O aparecimento da imprensa no arquipélago teve como suporte o Decreto lei de 7 de dezembro de 1836 que tinha como objetivo a publicação de boletins oficiais nas colónias.

O primeiro boletim foi publicado na ilha da Boa Vista que intitulava-se de número I do Boletim Oficial do Governo Geral de Cabo Verde, foi posto em circulação no dia 24 de agosto de 1842, que caiu numa quarta feira (Oliveira, 1998).

Esse boletim que servia a província de Cabo Verde e ao distrito Guiné-Bissau até 1879, por razões diversas foi-lhe mudado o nome ficando apenas como Boletim Oficial do Governo da província de Cabo Verde.

Estavam reunidas certas condições que abonavam a favor do aparecimento de uma imprensa independente do governo colonial, mas por razões que não são do conhecimento público houve um certo atraso neste processo.

Fazendo com que os primeiros poetas e prosadores cabo-verdianos comesçassem a exprimir-se através do boletim Oficial-seccção interior, parte não oficial que incluía noticias diversas, anúncios particulares, crónicas, poesia e ficção está em forma de folhetim e mais tarde passaram a expressar-se através do anuário Almanach de Lembranças Luso -Brasileiro (Brito-Semedo, 2006, p. 164).

José Lopes relatou que não tinham onde fazer as suas publicações a não ser no anuário, que era parte integrante do boletim ⁸.

Passados alguns anos surgiram vários periódicos não oficiais como, O Independente, O Correio de Cabo Verde, Echo de Cabo Verde, A Imprensa, A Justiça, O Protesto, O Povo Praiense, O Praiense e Praia, Revista de Cabo Verde, Liberdade, A Opinião e O Espectro, todos de carácter político (Medina, 2007).

O jornal Independente foi o primeiro jornal não oficial a aparecer começou a ser publicado no dia 15 de janeiro de 1912, Oliveira (1998, p. 263), era um periódico

⁸ José Lopes “Os esquecidos” Cabo Verde. Boletim de Propaganda e Informação Nº 35 Praia, agosto de 1952

informativo de tiragem quinzenal e defendia unicamente os interesses da província cabo-verdiana

O autor João Nobre de Oliveira fez a divisão da história da imprensa cabo-verdiana em dois períodos distintos, o primeiro chamou-o de período de Letargia que caracterizava-se pela fraca presença de jornais e em alguns momentos até a inexistência dos mesmos.

- O primeiro período decorreu de “1842 a 1876 limitou-se ao Boletim Oficial da Província;
- O segundo período vai dos meados dos anos oitenta até quase até o final do século XIX, em que nasceram alguns títulos de vida curta;
- O terceiro período vai de 1905 até a proclamação da República de Portugal, onde apareceu somente um periódico;
- O quarto período decorreu de 1925 a 1930 onde não surgiu um único periódico imprenso no arquipélago;
- O quinto período de letargia demorou um pouco mais situando-se entre os anos de 1937 á independência de Cabo Verde continuando até os anos de 1989, com várias publicações como revistas, jornais académicos e castrenses. Destacamos o Certeza (1944), Boletim dos alunos do Liceu Gil Eanos (1959), Alvorada Técnica (1963), jornal desportivo Goal (1944-45), Terra Nova (1974 até a atualidade), etc.

O segundo período, o autor classifica-o como sendo de intensa atividade, caracterizada pela existência de várias publicações com ideologias políticas que se divergiam entre si.

- O primeiro período vai de 1877 a 1883, nesse espaço de tempo foram publicados sete jornais, entre os quais quatro deram uma contribuição significativa na afirmação da imprensa em Cabo Verde nomeadamente o Independente (1877-79), o Eco de Cabo Verde (1880), a Imprensa (1880-81) e a Justiça (1881)
- O segundo período ocorre de 1899 a 1904 sendo caracterizado pela circulação de sete periódicos que foram editados em duas ilhas, contou ainda com o aparecimento de algumas revistas, mas que não tiveram vida longa, como o Espetro, a Liberdade, A Opinião, a Revista de Cabo Verde;
- O terceiro período foi marcado pela distribuição de quinze jornais que circulavam pelas ilhas de São Vicente, Santiago, Fogo e Brava, período que teve uma duração de treze anos e deu-se entre os anos 1911 até 1924.

- O quarto período foi dividido em duas fases, um a contar de 1911 a 1919 onde dominava o jornal praiense que se intitulava a Voz de Cabo Verde e a segunda parte de 1920 a 1924.

Abílio Monteiro de Macedo que foi o fundador do jornal Voz de Cabo Verde, instalou a sua própria tipografia dando assim um grande contributo ao processo de consolidação da imprensa no arquipélago. A instalação dessa tipografia garantiu-lhe uma total autonomia do governo.

Apareceram assim outros jornais que contavam com o apoio do governo e que visavam freiar as ações do jornal Voz de Cabo Verde. A segunda fase foi de 1931 a 1936 deu-se a coexistência de quatro jornais.

Mindelo se tornou novamente o palco da imprensa cabo-verdiana sendo dominado pelo jornal Noticias de Cabo Verde 1931-1962, foram publicados vários textos literários (Oliveira, 1998).

Foi nesse período de tempo que em Mindelo nascia a Claridade – revista de arte e letras tendo como fundador Jorge Barbosa, Baltasar Lopes, Manuel Lopes, foi fundamental no processo de modernização da imprensa e consequentemente da literatura cabo-verdiana (Carvalho, et al., 2017).

O nascimento da Claridade e do Movimento Claridoso é considerado como um dos expoentes máximos da história da imprensa em Cabo Verde. Essa revista e esse movimento renunciaram as certezas ideológicas para dedicarem-se ao bem comum defendendo sempre a liberdade em prol da afirmação da nação cabo-verdiana (Nogueira, 2007).

Luís Romano citado em Carvalho, et al (2017, pp. 17-18) defende que a Revista Claridade foi essencial para que “Cabo Verde se desapegasse das linhas clássicas para oferecer ao mundo um aspeto completamente diferente acompanhando com consciência os fenómenos da arte literária”.

Usaram a revista para promover um espaço público, defender a liberdade e o rompimento da subjugação que era efetuado sobre o povo cabo-verdiano, usaram a escrita para lutarem contra todo o tipo de censura que se vivia no arquipélago.

Do universo dos sessenta periódicos, 82% foi editado na Praia e no Mindelo, sendo pouco mais de metade- o que facilmente se explica pelo fato desta vila mais tarde cidade, ter passado em 1855, a ser a sede do governo. Nas demais ilhas São Nicolau, Santo Antão, Fogo e Brava- editaram 17% do total dos periódicos. Em síntese dos 60 periódicos inventariados 32% foi publicado no

primeiro período do jornalismo (1842-1910), 29% no segundo (1910-1926), 5% no terceiro (1926- 1933), 34% no quarto (1933- 1975) (Brito-Semedo, 2006, p. 172).

Todos esses jornais dessa época não tiveram muita durabilidade, devido a fatores políticos e ideológicos e principalmente questões de carácter financeiro que constituía um grande problema, daí o resultado ser sempre o término das publicações, o que acabava provocando muita irregularidade.

É de justiça relembrar A Sociedade de Tipografia e Publicidade Lda. que foi fundada em 1931 por Leça Ribeiro que contribuiu imensamente no processo de afirmação da imprensa no arquipélago. Foram várias as publicações e títulos que saíram das impressoras dessa tipografia entre as quais destacamos, jornais como o Juventude, Certeza, Alvorada Técnica, Ressurgimento, o Goal e o mais falado de todos que foi a Claridade -revista de arte e letra

Em relação as obras anunciamos Arquipélagos de Jorge Barbosa, o Chiquinho de Baltasar Lopes da Silva, o Paul descrição de um vale de Manuel Lopes etc (Oliveira, 1998).

No pós-independência o poder foi assumido pelo Partido Africano da Independência de Guiné-Bissau e Cabo Verde (PAIGC), “partido que foi fundado oficialmente em setembro de 1956 por guineenses e cabo-verdianos”, Ferreira (1999 , p. 27) com o objetivo primordial de lutar pela independência de Cabo Verde e Guiné-Bissau.

O partido tinha os seus objetivos bem definidos e foram apresentados num programa que se dividia em nove pontos:

“O PAIGC tinha como objetivos os seguintes pontos: 1- Independência imediata e total da Guiné e de Cabo Verde; 2- Unidade da Nação na Guiné e em Cabo Verde; 3- Unidade dos povos da Guiné e de Cabo Verde; 4- Unidade Africana; 5- Regime democrático, anticolonialista e anti-imperialista; 6- Independência económica, estruturação da economia e desenvolvimento da produção; 7- Justiça e progresso para todos; 8- Defesa nacional eficaz e ligada ao povo; 9- Política internacional própria, no interesse da Nação, da África, da paz e do progresso da humanidade. (LOPES J. V., 1996, p. 33)”.

Foram vários acontecimentos no pós-independência que culminaram no rompimento entre as autoridades guineenses e as autoridades cabo-verdianas e o fim do projeto de unidade Guiné-Cabo Verde. Na sequência disso, o Partido Africano da Independência de Guiné-Bissau e Cabo-verde, tornou-se o Partido Africano da Independência de Cabo Verde (PAICV).

O PAICV mudou somente de nome, mas continuou com todo o pessoal que tinha participado na luta da independência, reclamando posteriormente para si o direito de ser o representante do povo cabo-verdiano, uma vez que achavam-se ser a única força política legítima.

Esta pretensão foi explicitada num comunicado que foi publicado pelo Conselho Superior da Luta do PAIGC, no Boletim Oficial nº1 de 5 de julho de 1975 de acordo com (Évora, 2001).

No país passou a predominar o sistema de partido único, sistema que dava plenos conferiu ao estado o monopólio de toda a sociedade cabo-verdiana, passou a controlar a vida política, social, económica e cultural.

Monoilescu citado em Manuel da Cruz (1988, p. 15) refere a partido único como “(...) partido político, dispondo sozinho de fato e de direito da liberdade de ação política num país, e constitui, desse modo, uma instituição fundamental do regime”. Neste tipo de regime o que interesses são os interesses do partido e a necessidade da construção de uma nacionalidade.

Rachel Flanary citada em Évora (2001), nos fez saber que o partido passou a ser visto de forma negativa, uma vez que tornou-se patrimonial e clientista em vez de prover o bem-estar de todos.

Onésimo Silveira descreveu que o PAICV apesar de declarar-se como um partido do povo, efetivamente tornou-se numa estrutura elitista beneficiando apenas aqueles que eram parte integral da estrutura partidária (Silveira, 1992).

Época marcada sobretudo por um controlo cerrado aos meios de comunicação e da informação Humberto Cardoso (1993, p. 202) mencionou que esse controlo do partido sobre a comunicação social foi várias vezes explicitado pelos documentos do mesmo e pelos seus dirigentes.

“Os meios de comunicação social, por serem estatais, estavam totalmente subordinados ao partido que fazia uso deles para difundir sua política e ideologia. Serviam exclusivamente ao partido, eram tutelados diretamente pelos membros do governo (Cardoso H. , 1993, p. 202)”.

A atividade jornalística e a imprensa depararam com vários obstáculos no período de partido único especificamente:

“A economia nacional frágil, elevado índice de desemprego, predomínio do estado no mercado mediático em consequente domínio da gestão do governo concretizado em duopólio da Rádio Nacional (estado e igreja apoiantes do governo), o monopólio estatal da televisão nacional, ausência de jornais exclusivos ou maioritariamente sustentado pelo mercado visto todos serem financiados pelo estado por partidos ou por instituições religiosas, autolimitação da ação dos media estrangeiros ou presentes no país por razões diplomáticas (Ferreira, 2002, p. 297)”.

O controlo desses órgãos de comunicação era total que contava até com o apoio da constituição traduzido no artigo 11 °, 2 que declarava que os meios de comunicação social eram propriedades do estado.

“Durante a época de 90 no país se vivia um ambiente de grande agitação, por causa da relação existente entre o partido único, a classe jornalística e os meios de comunicação. Isabel Ferreira deu-nos a conhecer que a “atividade jornalística parece ter sido, assim, um dos sérios pontos de conflito durante o ano anterior à substituição do regime (Ferreira, 2002, p. 68)”.

Neste período da história, em Cabo Verde vivia-se um clima de hostilidade por causa dos vários conflitos existentes entre a classe política e a classe. Por isso houve vários despedimentos e o rompimento de vários profissionais com as entidades empregadoras,

Com a abertura política alguns dos inconvenientes foram ultrapassados por causa do novo momento político que desenhava-se, foram feitas mudanças jurídicas com vista a melhorar a regulação do setor.

Carlos Veiga que na época era primeiro ministro de Cabo Verde declarou que alguns termos iam ser revistos com a pretensão de dar mais liberdade e espaço para o desenvolvimento da atividade em Cabo Verde.

Entre os itens que seriam revistos referiu-se a aspetos como a revisão da lei da imprensa, o impedimento de qualquer forma de censura, a regulamentação de concursos para a atribuição de frequências da rádio, a dinamização e modernização da agencia de noticias, criação de condições para a consolidação da comunicação social na diáspora e no território nacional, maior autonomia aos media estatais, capacitação e a promoção de agente mediático de modo a contribuir para o bom funcionamento das instituições mediáticas e ainda incentivar a iniciativa privada (Ferreira, 2002).

A iniciativa privada foi retomada em 1992 logo após a abertura política sendo o primeiro contemplado foi o sector radiofónico com a fundação da Rádio Nova em São Vicente.

Passamos a desfrutar da difusão televisiva em 1984, quando apareceu a Televisão Experimental Cabo-Verdiana mais conhecida por TVEC que era de carácter público, foi modernizada e transformou-se na Televisão Nacional de Cabo Verde ou TNCV.

Mais tarde fizeram a junção com a rádio convertendo-se na Rádio Televisão Cabo-verdiana ou RTC. A gestão era feita em conjunto, mas com o passar do tempo cada um possui o seu nome, ficando assim como a Televisão de Cabo Verde e Radio de Cabo Verde.

Em citação (Oliveira, 1998), realçamos que foi graças a ações levadas a cabo pelo estado que a imprensa apareceu em Cabo Verde, sendo por um bom tempo o responsável pela produção e distribuição do único periódico que existia na província de Cabo Verde.

i- Contexto Atual do País

Em relação aos jornais impressos contamos ainda com algumas dificuldades, mas mesmo assim dispomos de dois semanários, o Expresso das Ilhas e o Jornal A Nação com circulação em todo o território nacional.

A cobertura radiofónica no país intensificou muito e atualmente contamos com cinco estações de cobertura nacional, a RCV que é de domínio estatal, a RCV+ que trata de temáticas relacionadas com a juventude, a Rádio Comercial, que é uma concessão privada, a Rádio Educativa, que é de propriedade do Ministério da Educação e trata basicamente de assuntos de carácter educativo, a Rádio Nova, que tem um carácter religioso por ter uma relação com a Igreja Católica e por fim a Rádio Morabeza que também é uma concessão privada.

De cobertura regional temos a Rádio Comunitária Voz de Ponta d'Água que tem ligação com a Citi-Habitat que é uma organização não-governamental, a Praia-FM que é transmitida na língua crioula, Mosteiros-FM, Crioula-FM com ligações religiosas com a Igreja Universal do Reino de Deus, a Regional Rural de Santo Antão, CVRT, Cidade FM, Rádio Atlântico e a Praia FM2.

Em relação a difusão televisiva contamos com a TCV-Televisão de Cabo Verde, a TIVER-Televisão Independente de Cabo Verde, Record CV, RTP África e SIC (ambos Portuguesas) e TV5 que é uma televisão francesa.

Existe ainda três operadoras que exploram as televisões por assinatura. A BOOM TV que é de investimento chinês, a ZAP TV pertencente a Cabo Verde Multimédia do Grupo Cabo Verde Telecom, e o Sistema Terra Verde pertencente a SGPM Comunicação.

Contamos com a Agência de Informação (Inforpress), que tem presença online através do seu site <https://www.inforpress.cv>. Dispomos de algumas agências de publicidade que atuam em todo o território nacional, como por exemplo a agência responsável pela publicidade eventos e marketing o EME, o Geenstudio publicidade, GC Comunicações Publicidade; Artimédia de consultoria e marketing, Agência Cabo-verdiana de Imagens ou ACI especializados na produção audiovisual, PC Arte – Paulo & Cesar Arte voltada para a área do design e publicidade, o OPAL – publicidade de Cabo Verde, o Publicom, a Criatura, o Guia de Serviços voltado para a promoção de eventos, o Protocolo dedica-se mais a eventos, a Afrosondagem que é a entidade responsável pela feitura de inquéritos e por estudos de opiniões, a GRP Investimentos, e o MGF.

a) A Regulação da Comunicação Social (os media) em Cabo Verde

Há que enaltecer os avanços que obtivemos com a criação de uma legislação relativa ao sector, mas há muito que ficamos estagnados precisamos de uma reestruturação do setor.

No sector dos media em Cabo Verde não bastam as leis, é preciso que se defina os limites e as políticas do serviço público do sector, de forma clara e refrear o protagonismo do partido do Governo junto dos jornalistas e dos órgãos públicos da comunicação social (Nogueira, 2007, p. 9).

Existe a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social - ARC, que é uma entidade administrativa independente que foi criada para regular o sector, mas que tem enfrentado vários desafios por causa da conjuntura interna.

A necessidade da regulação dos media no mundo prende-se com o facto de que a comunicação, como qualquer outra atividade com efeito na vida em sociedade, tem de ser regulada, embora obedeça a necessidades e condições particulares enquanto veículo de liberdade de expressão e informação (Carvalho, Figueiredo, & Cardoso, 2012, p. 459).

Essa regulação torna-se necessária na medida em que vivemos numa sociedade pautada de interesses políticos, económicos, financeiros onde a tentativa de controlo das propriedades e de todo o património pertencente a comunicação social é frequente.

Emanuel Moreira que foi presidente da RTC defende que em Cabo Verde há necessidade de uma regulação e uma autorregulação, essa regulação seria a criação de leis efetivas em

termos das instituições e dos jornalistas. Enquanto que a autorregulação corresponderia ao funcionamento das instituições dotando-as de uma estrutura interna capaz de dar resposta ao ambiente mediático vivido no país.

Roque define a entidade reguladora como sendo “um órgão capaz de executar os instrumentos de organização e garantia de funcionamento de um sistema de acordo com uma política de comunicação definida (normas e regras de regulação de conteúdos, quotas de programação, restrições à propriedade, regras de concorrência, regulamentação (Roque, 2004, p. 368).

Durante o processo da afirmação da comunicação social (os media) no arquipélago contamos com a existência de algumas instituições que foram extremamente importantes no processo de regulação tais como:

- Conselho da Comunicação Social – CCS

Considerado como sendo a primeira instituição existente no país, detinha funções reguladoras foi criada nos anos 90 a 27 de outubro pela lei nº 91/III/90 seria um órgão independente do estado, mas que trabalharia em cooperação com a Assembleia Nacional.

De acordo com a lei da sua criação esse órgão teria a seguinte composição, um magistrado judicial que teria a função de presidente e seria designado pelo Conselho Superior da Magistratura, três membros designados pela Assembleia Nacional, dois membros designados pelo Governo e três membros que representariam a opinião pública e ainda dois vice-presidentes que seriam eleitos em comum acordo. Teriam como função zelar pelo cumprimento das leis da comunicação social em Cabo Verde.

Foi bem estruturada, mas mostrou-se incapaz de regular o sector acabando por se extinguir em 2011, foi revogada a lei da sua criação entrando logo em vigor a Lei nº 8/VIII/2011 de 29 de dezembro com a objetivo de criar uma autoridade reguladora a ARC.

- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista – CCPJ

Fundada em dezembro 2004 destinada a profissionalização do sector e dos seus colaboradores, teve como base o decreto-lei nº 52/04, foi implementada através da imposição da Lei Nº59/V/98 de 29 de junho que mais tarde culminou com a aprovação do Estatuto do Jornalista.

Tem competências de atribuição, renovação, suspensão e cassação da carteira profissional do jornalista e normatização de estágios profissionais de jornalistas.

Composto por cinco membros provenientes da classe dos jornalistas sendo que o presidente é um magistrado apontado pelo Conselho Superior da Magistratura.

- Direção Geral da Comunicação Social – DGCS

Órgão esse que é responsável pela elaboração de todo o programa do governo relativamente ao sector da comunicação social, foi criada em 1986, deixou de existir durante um período, mas em 2001 com o retorno do PAICV ao governo o órgão foi reativado. Esse órgão ficou a cargo do Ministro da Presidência do Conselho de Ministro que tutela a pasta de Comunicação Social.

- Autoridade reguladora para a Comunicação Social -ARC

Foi criada pela Lei nº8/VIII/2011 no dia 29 de dezembro, entrando em funções no dia 23 de julho de 2015. É uma entidade independente que tem como função a regulação e a supervisão de toda e qualquer entidade que mantem atividades ligadas a comunicação social no país.

Entretanto é constituído por um conselho regulador que tem como função a execução de ações de regulamentação, possui ainda um secretario executivo com funções administrativos e financeiros e por fim um conselho consultivo que tem funções consultivas e participativas que trabalha no desenvolvimento de planos de ações.

- Associação dos jornalistas de Cabo Verde

Associação dos Jornalistas de Cabo Verde (AJOC) tem sido um defensor da liberdade de imprensa, buscando sempre maneiras de garantir os direitos fundamentais da classe no exercício das suas funções.

Constatamos assim que, a AJOC foi criada com o propósito de zelar pela defesa de seus associados e de liberdade de imprensa, criando condições e mecanismos para o desempenho da atividade sem qualquer tipo de censura e pressão.

Com o passar do tempo instaurou-se um clima de hostilidade entre os dirigentes da AJOC e a classe política por causa da violação de certos princípios que estiveram na base da sua criação. No ano de 2003 a AJOC passou por um processo de reestruturação e reativação, situação que foi vista como uma mais valia por parte da classe jornalística e dos dirigentes políticos.

Como forma de prevenção a AJOC possui um estatuto que lhe confere total independência das forças políticas e de qualquer outra força seja público-privada.

Esse estatuto foi criado tendo em vista a defesa da ética e a deontologia dos jornalistas, a promoção e a qualificação do profissional e dos seus associados. Atuam na defesa e no respeito à liberdade de criação e expressão, informação e divulgação e salvaguardam a total independência jornalística.

Embora com todos os esforços feitos pela associação para poder proporcionar um ambiente propício para o desenvolvimento da atividade jornalística no país, muitos são aqueles que referem que essa associação não tem conseguido chegar aos objetivos pelo fato de:

“O panorama dos media cabo-verdianos é marcado por um gritante fracasso da regulação. A autorregulação é incipiente os dispositivos da regulação sectorial são ineficazes e a ausência da regulação profissional, e, por conseguinte, a da atribuição da carteira profissional têm transformado o jornalismo numa profissão a céu aberto ou terra de ninguém. Onde qualquer um pode escrever e assinar como jornalista sem que para isso tenha que prestar contas à classe à sociedade ou ao próprio país. E assim a democracia continua a reclamar de uma comunicação social mais interventiva, de um jornalismo menos amorfo, de uma liberdade de imprensa efetivada e uma regulação, quer em termos formais, profissionais ou sectoriais. (Évora S. , 2012, p. 38) “.

Nogueira (2007) relatou que as políticas do sector da Comunicação Social são complexas e de difícil implementação surgem sempre como ‘calcanhar de Aquiles’ dos sistemas políticos em mudança na região africana e Cabo Verde infelizmente não é exceção.

Nogueira (2007) refere que os mecanismos de autorregulação ou da co - regulação dos media em Cabo Verde são pura e simplesmente ineficientes.

Como por exemplo, as linhas editoriais são completamente deixadas de lado não existe conselho de redação uma vez que já foi legislado sobre isso. As informações são filtradas ao máximo possível de modo a não chocarem com interesses económicos e políticos.

Nesta perspetiva, podemos dizer que a regulação da comunicação social sofre de vários males que precisam ser vistos e revistos de forma séria e neutra.

3.2. Autonomia Versus Dependência do Poder Político

Constatamos uma forte presença ideológica nas instituições mediáticas, pensamos que falar de autonomia da máquina mediática é estar perante uma ilusão criada pelo poder político. A falta de autonomia é latente em decorrência das várias fragilidades e das políticas falhas que são característicos do aparelho mediático cabo-verdiano.

Segundo Leão Lopes⁹ há que definir os limites e as políticas do serviço público do sector, de forma clara e refrear o protagonismo do Estado na imprensa, tirando algumas tímidas e avulsas medidas, o Estado (que muitas vezes se confunde com o próprio Governo) continua a ser o principal grupo económico e ideológico na comunicação social em Cabo Verde”. (Santos C. , 2017, p. 34).

Num país onde aspetos económicos e financeiros constituem sérios problemas, sobrevivência do aparelho mediático é sempre posta em causa devido há falta de uma estrutura económica forte, logo seria extremamente complicado pensar em autonomia com essas condições.

Para o autor Silvino Évora (s.d) estamos perante um ambiente onde é indispensável desfazer dos laços existentes entre a comunicação social cabo-verdiana e o governo, seja que o partido que estiver no poder.

Entretanto a comunicação social cabo-verdiana deve ser qualificada de maneira a tornarem-se autónomos,

A nomeação de um Concelho de Administração para as empresas estatais, seria uma forma de deixar com que a comunicação social começasse a andasse com os próprios pés.

As articulações entre os partidos políticos, a imprensa privada e o governo em Cabo Verde são complexos e essa complexidade advém das particularidades do país onde operam” (Medina, 2007, p. 63).

A comunicação social para poder ser considerada como um dos pilares das democracias, requer muito mais que uma estruturação legal e uma classe qualificada além de tudo isso requer ainda que os profissionais sejam dotados de uma imparcialidade, neutralidade e de rigor profissional.

Em citação a Afonso Albuquerque que é autor do texto Um outro Quarto Poder: imprensa e compromisso político no Brasil, Medina (2007, p. 86), referencia alguns parâmetros que o jornalismo independente deve obedecer.

Deve zelar pelo compromisso com os fatos, a defesa do interesse público e a objetividade, a eleição do cidadão individual como interlocutor fundamental do jornalista devem ser alguns dos itens que pautam a atividade jornalística no sector mediático etc.

⁹ Artista plástico, escritor, realizador, fez parte dos que fundaram o Atelier-Mar, a Rádio Morabeza e o MEIA. Desempenhou o cargo de Ministro da Cultura e Comunicação Social durante o primeiro Governo liderado por Carlos Veiga 1992-1993

Em Cabo Verde essa submissão do sector mediático a classe política ou a classe dirigente nos leva a caracterizar toda a atividade jornalística como sendo totalmente dependente, to que torna a comunicação social um sector sem dinâmica, sem espírito crítico, sem capacidade de análise.

3.3. A Comunicação Social Subsidiada pelo Estado

A política de incentivos ao setor da comunicação social foi aprovada pelo Decreto-Lei nº 8/2005, de 31 de janeiro e publicado no Boletim Oficial nº 5, I Série, que visava apoiar a comunicação social privada, adotando políticas que assegurariam a sua sobrevivência e permitiria um melhor desempenho.

De acordo com o decreto-lei o estado subsidia a comunicação social nos seguintes termos, nas tarifas de porte de correio adiante designada por porte pago, na comparticipação nos custos das telecomunicações, comparticipam nas despesas de deslocação dos jornalistas e equiparados e na bonificação das taxas anuais de alvará para a radiodifusão.

Financeiramente as instituições mediáticas encontram-se estranguladas, o que faz que por vezes esses órgãos vão atrás de capital ideológica para a obtenção de capital financeiro.

A comunicação social em Cabo Verde é muito cara, acarreta investimentos constantes e para piorar temos uma estruturação mediática bastante débil. Não possuímos gráficas capazes de dar resposta às demandas, há uma necessidade urgente do desenvolvimento e modernização das gráficas, o que poderia resultar num barateamento de toda a produção jornalística.

A nossa condição arquipelágica não favorece em nada o setor, somos um território descontínuo o que dificulta bastante o processo de distribuição. A distribuição é feita através do transporte aéreo que é único meio capaz de garantir a chegada dos jornais a tempo e hora, mas acarretam elevados custos.

Medina (2007, p. 93), aludiu que:

O sistema dos incentivos à imprensa privada funciona regularmente desde 1998, ao abrigo do DL nº 106/V/97, com a dotação orçamental de 6.000.000\$00 (mais de 60 mil dólares), por ano. Em 2002, mediante proposta da tutela a dotação foi aumentada para 10.000.000\$00 (mais de 100 mil dólares), na perspectiva da opção política de alargar os incentivos às estações emissoras. Foram beneficiárias as seguintes empresas: Jornal A Semana e o Jornal Terra Nova e em tempos O Cidadão, mas por ter saído da circulação perdeu o direito. Já fora do âmbito dos incentivos, o Estado tem apoiado a Revista Artilheira e a Revista Direito e Cidadania, pontualmente.

Subsidiar o setor da comunicação em Cabo Verde está tornando-se insustentável por causa dos avultosos investimentos que são feitos. Já foram apresentadas várias propostas sentido de aliviar o governo que carrega praticamente a comunicação social caboverdiana.

Como por exemplo investir num parque gráfico moderno e eficiente, a criação de lojas onde pudessem fazer as compras de todos os materiais necessários para as produções jornalísticas, o que seria uma mais valia para o setor, visto que todos materiais usados são importados.

Para o especialista em jornalismo comunitário norte-americano, Bernardo Motta, em Cabo Verde essa dependência económica prejudica e muito a comunicação social, fazendo com que haja uma estagnação e que se pratique um jornalismo intimamente ligado as agendas oficiais dos governos (Monteiro, 2019).

Fernando Ortet, que é o atual diretor-geral do semanário A Nação, fez-nos saber que a imprensa privada e independente em Cabo Verde está atravessando momentos de grandes dificuldades, por causa das políticas públicas que são poucas transparentes e apostam mais numa maior distribuição de incentivos aos media.

Na opinião de Luís Martins dos Santos, docente e investigador da Universidade do Minho, a dependência de financiamento público pode ter consequências não muito boas para as democracias, podendo nalguns casos causar enquadramentos e representar uma mudança à diversidade e à liberdade de expressão.

Cabo Verde, sendo um país democrático, precisa provar que esse sistema está verdadeiramente assente em princípios democráticos. Promovendo uma comunicação social livre e independente de qualquer poder ideológico, político e financeiro.

Muito embora como sabemos a comunicação social não assume de forma clara essa ajuda financeira que recebe do estado, proclamam-se como jornais plurais, independentes, imparciais comprometidos com a causa democrática e os interesses públicos, quando na prática sabemos que isso não se verifica.

3.4 Liberdade de imprensa e dos media em Cabo Verde/ Manipulação

Costa citado em Brito-Semedo (2006, p. 160) relatou que já em 1820 considerava-se que só uma opinião livre, através de uma imprensa sem entraves estaria apta a fazer eco as reclamações e as injustiças, levando-as ao conhecimento da nação e dos seus representantes.

Na sequência, em 1821, o Tribunal do Santo Ofício e a Real Mesa Censoria, criados através da lei de 5 de abril de 1768, foram extintos. Sob o comando de Marques de Pombal tinham como principal função a examinação de qualquer produção escrita que circulava pelo reino e pelas províncias.

Mais tarde a lei que censurava a liberdade de imprensa foi abolida e na primeira constituição da República Portuguesa foram salvaguardados os direitos a liberdade de imprensa ficando expresso nos artigos 8º, 9º e 10º.

Essas medidas que foram tomadas como forma de salvaguardar a liberdade de imprensa, não foram colocadas em prática. A censura e as limitações foram retomadas, passando a haver total controlo sobre tudo o que se publicava e circulava nas colónias.

Somente em 1834 que a liberdade de imprensa voltou a ser instaurada, mas durou até 1840, período que ficou conhecido por causa da violência que se efetuava contra a imprensa.

No período que foi denominado de Regeneração a imprensa obteve alguns ganhos, mas logo foram cortados na sequência de alguns conflitos que existiam no seio da monarquia. A repressão tornou-se tão forte e com isso a imprensa sofreu duras perseguições (Tengarrinhas, 1965).

Em 1926 quando houve a instalação da ditadura foram regulados os termos do exercício da liberdade expressão nas colónias, tendo como suporte o decreto-lei N°12:127 de 3 de setembro¹⁰.

O decreto-lei dava indicações sobre a liberdade de imprensa, sobre o direito de resposta, sobre abusos e responsabilidade. Com a instalação do estado novo esses direitos foram bastante limitados, o decreto-lei N°22:468 de 11 abril de 1933 tratou de restringir ainda

¹⁰ Diploma Regulador da Liberdade de Imprensa B.O N°43, Praia 26 de agosto de 1926

mais o livre exercício do direito a reuniões, censurando ainda mais as publicações que fossem carácter político.

Este artigo vigorou por 40 anos, até o golpe de estado do Forças Armadas, a 25 de abril de 1974 (Brito-Semedo, 2006, p. 162).

Enquanto colónia de Portugal foram vários os momentos em que o direito e a liberdade de imprensa foram limitados e censurados em Cabo Verde.

Desde a abertura política e a instauração da República de Cabo Verde questões relacionadas com liberdades sempre foram uma preocupação dos políticos, mesmo que nem sempre as coisas funcionassem de acordo com as leis.

Na primeira CRCV, elaborada em 1992, os legisladores tiveram a preocupação de salvaguardar esses direitos e liberdades. Foi englobados três artigos na CRCV (1992/1993), que tratava de forma explícita todos os parâmetros da liberdade de expressão e informação, da liberdade de imprensa e o direito de antena de resposta e de réplica política todos expressos nos artigos 45º 46º, 47º respetivamente.

Todos têm a liberdade de exprimir e de divulgar as suas ideias pela palavra, pela imagem, ou por qualquer outro meio, ninguém podendo ser inquietado pelas suas opiniões políticas, filosóficas, religiosas ou outras. Todos têm a liberdade de informar e de serem informados, procurando, recebendo e divulgando informações e ideias, sob qualquer forma, sem limitações, discriminações ou impedimentos (revisão de 1999).

Na primeira república, o ambiente vivido em relação a comunicação social era de uma certa harmonia, por causa do ambiente democrático que se vivia.

Apesar de toda a produção legislativa e de inúmeras declarações de intenções, apontando para uma fiscalização do exercício da liberdade de imprensa no sentido de efetivar a garantia desse direito fundamental, na prática, entre 1991 e 1998, as relações entre o governo e os jornalistas, que começaram por ser de expectativa positiva para ambas as partes, tornaram-se agressivas” (Ferreira, 2002: 105).

Mas as coisas foram se complicando e passou a haver uma certa hostilidade entre a classe política e a classe jornalística. Os políticos começaram a incomodarem-se com as atividades desenvolvidas pelos jornalistas, e começaram a demonstrar uma vontade em controlar a imprensa, pratica uma vez abandonada.

Os anos de 1994 e 1995 foram marcados por vários processos judiciais, e por vários despedimentos que culminaram numa luta por parte dos jornalistas e o governo (Ferreira, 2002, p. 105).

O jornal A Semana tinha posições bem diferentes das do governo, o que lhe permitiu acumular vários processos judiciais durante essa época. A sua antiga diretora, Filomena Silva, compareceu várias vezes ao tribunal por causa das publicações feitas pelo jornal. Não foi presa nem uma vez, mas foi condenada ao pagamento de algumas multas (Centeno, 2000).

Foram travadas várias lutas judiciais entre os sindicatos que defendiam a classe jornalística e a classe política. O ambiente que se vivia era de frequentes conflitos, inúmeros reprensões aos jornalistas, grande número de processos judiciais, falta de incentivo ao do setor privado.

A situação descrita ia contra tudo o que a Constituição defendia, fazendo com que as fragilidades do sistema democrático recém-instalado ficassem visíveis. Centeno (1998) declara que mesmo que a liberdade de imprensa era defendida e protegida pela Constituição, ela era constantemente violada pelos atores políticos, pelo pessoal administrativo e pelos próprios profissionais da área.

Em 2001, o PAICV substitui o MPD no poder, mas os problemas no campo da comunicação social (media) persistiram. Não houve grandes reformas no sector e continuaram com algumas práticas do anterior governo.

Passaram do primeiro mandato para o segundo mandato com a mesma programação para o sector comunicação social, foi preciso quase dois mandatos para reformarem o sector privado no país e a liberalização da televisão.

No campo radiofónico apareceu a Rádio Comercial, que logo de início teve problemas com o governo devido a questões de licenciamento. No campo televisivo apareceu a TVP que operava na ilegalidade culpabilizando o governo, que até então não tinha arranjado mecanismos para a abertura de concurso para que pudessem obter as licenças.

De 2001 a 2006, o PAICV apresentou um programa que era designado de aprofundar e consolidar a democracia, tendo como propósito dinamizar o setor da comunicação social alavancando o desenvolvimento da democracia cabo-verdiana (Évora S. L., 2010).

Reconheceu-se que uma imprensa livre é o pilar de qualquer sistema democrática. Nesse programa estava estampado uma grande vontade por parte do executivo em traçar novos rumos para a comunicação social.

Quaisquer práticas que pudessem remeter a antigas governações foram todas eliminadas, o PAICV orientou o seu programa no sentido de melhorar o sector, garantindo o reforçando os direitos, liberdades e garantias.

Foi reconhecido o papel de uma imprensa livre na construção do cabo-verdiano, apostou-se numa imprensa livre como forma de adquirir uma identidade nacional. Passou a ser vista e pensada como um meio de promoção cultural e de valores.

Os frequentes conflitos entre a governação e a oposição têm sido uma constante nesses 28 anos de abertura política. Durante os 10 anos em que o MPD governou o país, o PAICV criticava as ações do partido da situação acusando-o de utilizar os órgãos de comunicação do estado para ameaças e intimidações.

Por sua vez, o PAICV retornou ao poder e o MPD criticava a forma como o governo do PAICV conduzia o setor da comunicação social, especificamente os estatais, as acusações que caíam sobre o PAICV eram de que havia uma forte manipulação da televisão pública.

Uma imprensa livre foi vista como um mecanismo que propicia a criação de um espaço público, assim sendo há uma maior participação de todos na vida pública, podendo essa participação ser feita através de opiniões como também através dos meios de comunicação.

Sánchez Ferriz citado em Almeida (2005), defende que é necessário que os cidadãos sejam bem informados, porque ser informado constitui uma referência para a vida, e é a base para que os indivíduos ganhe a plena consciência seus direitos e deveres.

Legislação vigente

No âmbito internacional dispomos de um conjunto de legislação que salvaguardam esses direitos como por exemplo Convenção Europeia dos Direitos do Homem, a Declaração Universal dos Direitos do Homem e o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos.

Na Declaração Universal dos Direitos do Homem nos artigos 18º e 19º respetivamente, há um reconhecimento de que a liberdade de opinião, de expressão, de informação e de comunicação são direitos inerentes ao homem.

A liberdade de expressão é uma poderosa arma na luta contra a tirania e o abuso de poder, e a irradicação da censura tanto é que, no artigo 19º da DUDH está descrito que todos os seres humanos têm direito à liberdade de opinião e expressão. Este direito inclui a

liberdade de ter opiniões e de procurar receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Já, na Convenção Europeia dos Direitos do Homem, esses direitos são explícitos no artigo 10, ponto 1, que declara de igual modo que qualquer pessoa tem direito à liberdade de expressão. Esse direito engloba prerrogativas, como o direito de transmitir e receber informações sem qualquer tipo de ingerência por parte das autoridades sejam públicas ou privadas (Pinto, 1996).

O estado assume-se como o principal regulador da paisagem mediática. Segundo Santos (2017, p. 207) compete ao poder público estabelecer a ordem e as bases de funcionamento, criando para o efeito mecanismos adequados de fiscalização.

Os direitos da comunicação social são defendidos pela CRCV, estão devidamente expressos e no capítulo II. A Constituição cabo-verdiana defende o direito à liberdade de expressão, de imprensa, e de informação, as garantias a individualidades ou a coletividades no que tange à criação de qualquer meio de comunicação ou produção jornalística e a promoção de valores da liberdade da igualdade e do pluralismo democrático.

Santos (2017) destaca que o processo de implantação e defesa da liberdade de imprensa em Cabo Verde pode ser dividido em dois períodos destintos, o primeiro chamou-o de insatisfação geral e o segundo de satisfação conveniente ou precária.

O primeiro momento caracteriza-se essencialmente pelo fato de que nos anos 90 tenha havido uma grande luta por parte dos governantes para que houvesse a implementação dos direitos relacionados com a liberdade de imprensa. Enquanto o segundo momento deu-se quando o PAICV voltou ao poder e houve algumas melhorias no panorama da comunicação social, as batalhas judiciais que eram travadas entre a classe jornalística e a classe política deixaram de existir, ninguém mais é despedido por defender a sua opinião (Santos C. , 2017).

Embora estejamos numa condição satisfatória quando comparados com os outros países do continente Africano e outras regiões, é visível que necessitamos de mudanças no modelo da comunicação social e no jornalismo cabo-verdiano. Necessitamos de novas políticas para a comunicação social, políticas válidas viradas para a conjuntura mediática que se vive e reajusta-las a realidade

As políticas de comunicação são bastante importantes, na medida em que, da forma como elas forem definidas e funcionarem, poderão contribuir para que haja uma maior ou menor esfera para a prática da liberdade de imprensa e de um jornalismo que, efetivamente, pede conta aos poderes públicos, estando ao serviço dos cidadãos, do bem comum, da sociedade e das suas aspirações coletivas (Évora S. , 2012, p. 38).

Manipulação

A partir de um debate lançado por Breton (2006), Medina (2007, p. 100) relata que a manipulação engloba todos os métodos que consistem em intervir emocionalmente, afetivamente, na relação que se estabelece entre aqueles que querem convencer o seu público.

As dificuldades financeiras que o sector enfrenta contribuem e muito para que a relação de dependência existente a comunicação social e o estado sejam cada dia mais forte, sendo assim pensamos que a comunicação social e toda a classe mediática são todos suscetíveis a manipulação de quem se encontra no poder.

Esse tema é bastante controverso e tem despoletado vários debates. Temos a ala que defende que a comunicação social em Cabo Verde goza de plenas liberdades e temos a ala que defende que depois de todo o percurso democrático que se fez em Cabo Verde ainda continuamos com práticas que não são nada positivos.

Para a investigadora Teresa Ramos Correia “os media por si só não constituem uma influência negativa, mas a forma como são usados é que os tornam uma ferramenta perigosa para o desenvolvimento de uma sociedade e das pessoas.”¹¹

Uma confirmação efetiva da manipulação sobre o setor da comunicação social seria um retrocesso e tanto e iria contra todo o que é defendido pela CRCV e pelas leis elementares. O percurso que se fez até aqui não foi fácil e os níveis que atingimos nos torna vitoriosos, mas ainda precisamos nos livrar de qualquer influencia que é exercida sobre a comunicação social.

Em Cabo Verde pensamos que a manipulação no sentido lato da palavra não existe, somos vítimas de uma influência de carácter político-partidário e financeiro, que é feita de forma sutil sem que muitas vezes percebamos.

¹¹ <https://expressodasilhas.cv/eitec/2018/07/25/investigadora-cabo-verdiana-estuda-impacto-dos-media-na-sociedade/59264>

Tanto é que, somos bem avaliados pelos RSF- Repórteres Sem Fronteira, organização que avalia, de forma sistemática, questões ligadas à liberdade de imprensa. A metodologia usada para essa avaliação é afixada na classificação de alguns itens nomeadamente a violência contra os jornalistas e os meios de comunicação, a independência dos media relação à influência política, económica, religiosa e financeiro, avaliam a diversidade de opiniões, avaliam o ambiente em que os jornalistas e os meios de comunicação atuam.

Dos 180 países avaliados pelos Repórteres Sem Fronteira (RSF), Cabo Verde neste momento ocupa a posição 25º na tabela classificativa com uma situação bastante satisfatória.

Visto que geograficamente pertencemos ao continente africano, Cabo Verde distingue-se em termos de liberdade de imprensa dos demais países africanos sendo considerado pela Freedom House (FH7), como um do país mais livre em toda a Africa, de acordo com relatórios divulgados.

Podemos concluir que a liberdade de imprensa constitui uma preocupação geral e a exigência é cada vez maior por causa de condicionalismos externos sendo assim, as normas que salvaguardam esses direitos precisam ser mais sérias e assertivas.

3.5. Análise das eleições presidenciais em Cabo Verde no ano de 2016 – O papel dos media cabo-verdianos

Análise do site d RTC – conteúdos audiovisuais

O foco desta análise foi as eleições presidenciais do ano de 2016. Essa eleição foi disputada pelo atual Presidente da República, Jorge Carlos Fonseca, que concorria à sua própria sucessão, pelo atual reitor da Universidade do Mindelo, Albertino Lopes da Graça, e pelo ex-combatente político, Joaquim Jaime Monteiro.

Jorge Carlos Fonseca era o único candidato que contava com apoio partidário, por parte do Movimento para a Democracia, enquanto as outras duas candidaturas eram independentes.

O candidato Albertino Lopes da Graça entrou nessa corrida presidencial afirmando que a sua candidatura era uma verdadeira candidatura da cidadania, tendo um slogan “Mais Equilíbrio”, mostrando a sua preocupação com os perigos da colocação de todos os poderes políticos numa única família política.

Por sua vez, Joaquim Jaime Monteiro participou dessa corrida autoproclamando-se um candidato do povo com o povo e para o povo, tentando demonstrar durante toda a campanha a pertinência da sua candidatura.

Tomamos com objeto de análise 25 peças que foram retiradas do site da Radio Televisão de Cabo Verde (televisão estatal), através de uma pesquisa com as referências presidenciais 2016. Foram encontradas nove que davam conta campanha de para o candidato Jorge Carlos Fonseca, seis do candidato Joaquim Monteiro, cinco do candidato Albertino Lopes da Graça e por fim cinco peças que davam conta das três candidaturas em simultâneo.

Estas eleições foram as sextas realizadas em Cabo Verde desde a abertura política e tiveram os seguintes resultados: Jorge Carlos Fonseca venceu as eleições na primeira volta com um percentual de 74.9% dos votos (93.19 votos) que foram escrutinados, enquanto Albertino Lopes da Graça conseguiu 22.51% (28.256) e por último Joaquim Monteiro teve 3.41% dos votos (4.278). De acordo com os dados da CNE- Comissão Nacional de Eleições, houve uma alta taxa de abstenção rondando os 64,53 % sendo a mais alta desde a abertura política em 1991 (Boletim Oficial da República de Cabo Verde Boletim I Série - 59, 2016).

As eleições presidenciais estavam enquadradas num contexto delicado, já haviam sido realizados duas eleições onde o partido que declarou o seu apoio ao candidato Jorge Carlos Fonseca tinha saído vitorioso em todas as duas eleições.

Tendo em conta as peças analisadas conseguimos perceber que houve um favorecimento ao candidato Jorge Carlos. Ele era destacado com sendo o homem do estado, aquele que era um defensor nato da constituição, o que tinha o melhor discurso, aquele que tinha tido uma postura exemplar nos anos em que comandou os destinos da nação cabo-verdiana.

Considerado um homem de postura idónea e com uma posição autónomo e diferente, um estadista, que tratava de assuntos de máxima relevância para a democracia cabo-verdiana, como por exemplo magistratura de influência, falava da Constituição e da necessidade de conhecermos a lei máxima da nação cabo-verdiana etc.

Características essas que foram muito destacadas pela comunicação social durante o período eleitoral, o que fez com ele fosse visto como um homem ideal, ganhando assim a admiração da sociedade civil como demonstra os resultados.

Enquanto Albertino da Graça sempre que aparecia na comunicação social, em especial nas peças analisadas, vinha com um discurso de crítica do mal dizer, mostrado como o concorrente que adotou uma postura de ataque. Não atacava aos problemas que enfrentaria numa possível vitória, mas sim atacava o oponente que reunia as melhores condições.

O candidato Albertino Lopes da Graça fez acusações gravíssimas ao atual presidente, ele criticava os perigos de um único partido governar o país visto que o governo foi constituído pelo Movimento para a Democracia, o mesmo partido que apoiava o candidato vencedor.

Graça catalogava a situação como um poder único e hegemónico na tentativa de desprestigiar a candidatura de Jorge Carlos Fonseca. Logo a campanha não correu num clima de total tranquilidade como foi descrita pela comunicação social e algumas personalidades.

O candidato Joaquim Monteiro era um candidato que praticamente não tinha apoios, e sabia de antemão que ia para um embate eleitoral muito desequilibrado, com pouquíssimas chances de uma vitória.

As condições que as candidaturas de Jorge Carlos Fonseca tinham apontavam claramente para a sua vitória. Foi montada uma estrutura muito organizada, envolvendo vários agentes inclusive os media cabo-verdianos. Jorge Carlos Fonseca já se considerava o vencedor dessas eleições, independentemente de qualquer cenário. O reeleito declarou que disponha de dados que lhe permitia afirmar que ganharia as eleições logo na primeira volta e toda a cobertura mediática foi feita a partir desse pressuposto.

O candidato Albertino Lopes da Graça não tinha uma estrutura sólida para se candidatar. Em termos de percurso político fez quase nada, vê-se claramente que foi uma candidatura sem preparos e que fez com que muitas vezes improvisasse. Uma candidatura que deixou todos espantando pela rapidez que foi elaborada e lançada. Foi considerado para muito como um acontecimento inédito em toda a história da democracia cabo-verdiana, pois raramente uma pessoa com tão percurso político candidata-se a um cargo deste prestígio.

Sabemos que um embate dessa envergadura requer que os candidatos tenham algumas condições que são consideradas essenciais, uma delas é uma certa visibilidade. O candidato Albertino Lopes da Graça não tinha essa visibilidade, a sociedade civil não

sabia quem era ele, salvo o caso de São Vicente onde trabalha ligado à académica e, antes, ao sector portuário.

Como é que a população da ilha do maio votaria numa pessoa que não sabiam de onde surgiu cujo tempo de campanha não lhe permitiu uma total visibilidade por ser relativamente pouco. Essa visibilidade é construída ao longo dos anos e não em 75 dias que foi o tempo que o candidato teve de preparação a sua candidatura. Não possuía um percurso político que suportaria as suas aspirações presidenciais, só por isso já foi em desvantagem para o embate.

Quanto a Joaquim Monteiro, podemos considerá-lo como um candidato solitário, que se lançava pela segunda na corrida presidencial, mas que não possuía nem uma condição de ser um candidato presidencial.

Por outro lado, tínhamos uma candidatura de uma pessoa que pertence à elite cabo-verdiana e que tinha todos os recursos e condições disponíveis para uma boa campanha.

Analisando deste ponto de vista, afirmamos que a cobertura e a visibilidade dado aos candidatos pela comunicação social e em particular Televisão de Cabo Verde, esta intimamente ligada à estrutura que cada candidatura apresentava.

Joaquim Monteiro e Albertino Lopes da Graça não fizeram uma forte preparação de modo a igualarem à candidatura de Jorge Carlos Fonseca. Esta candidatura contava com uma das melhores equipas jornalísticas, sendo assim conseguimos ver de forma clara as desigualdades de candidaturas.

O desequilíbrio foi o que caracterizou essa eleição, desequilíbrio que se verificou em todos os aspetos, mesmo assim não foi comentada. Ficou camuflada.

Será que foram essas condições que deram a vitória Jorge Carlos Fonseca e a elevada abstenção?

Claro que todo esse cenário que se desenvolveu em torno dessa eleição e da candidatura de Jorge Carlos Fonseca refletiram sim nos resultados obtidos pelo candidato, a comunicação social cabo-verdiana passou a ideia de que ele era o único candidato capaz de exercer essa função, uma vez que já o tinha feito com louvores. O grau de aceitação da candidatura do atual presidente era grande, o que traduziu numa grande simpática parte da sociedade civil.

PAICV, partido que tinha governado o país durante 15 anos, não apoiou ninguém. Isso tornou as coisas mais fáceis.

Uma vez que o apoio desse partido não foi estendido a nem um candidato, o embate eleitoral foi mais fácil para o candidato da reeleição. Para muitos analistas, o embate seria mais equilibrado e competitivo se houvesse um candidato apoiado pelo PAICV.

Nesse ano o país já se encontrava cansado politicamente. Foi um ano cheio em decorrência dos dois embates eleitorais que já haviam sido realizados.

Agora é de destacar que para muitos analistas o fato do PAICV não ter participado de forma direta nessa eleição contribuiu e muito para que essa abstinência se acentuasse nessa elevada taxa. Para a analista Rosário da Luz¹², o grosso dos militantes do partido não foi votar, porque ainda em Cabo Verde vota-se muito no partido em vez de se votar no candidato.

Concluimos que a comunicação social cabo-verdiana (RTC) já apontava o candidato Jorge Carlos Fonseca como o vencedor, que contava com uma série de vantagens provenientes do ambiente social-político resultante das eleições legislativas e autárquicas.

Verificamos que a comunicação social cabo-verdiana não aplicou o princípio de igualdade de tratamento entre as candidaturas, nesse processo eleitoral que arrancou no dia 15 de setembro do ano de 2016 e terminou no dia 30 de setembro às 24 horas, culminando no sufrágio que teve lugar no dia 2 de outubro. O princípio, que está bem explícito no Código Eleitoral cabo-verdiano, não foi obedecido.

Deram destaque, visibilidade e notoriedade ao candidato apoiado pelo MPD, fazendo que o mesmo caísse no agrado da sociedade civil, essa simpática foi convertida em capital político que culminando na sua vitória.

¹² <http://www.rtc.cv/index.php?paginas=20>

CONCLUSÃO

A comunicação social (media) torna-se parte integral das sociedades contemporâneas, tornando assim motores capazes de propiciarem mudanças tanto a nível social como a nível político sendo assim há todo um jogo que os envolve.

É inegável que os mesmos são indispensáveis para um bom funcionamento dos sistemas políticos sendo usado como veículo de legitimação do poder.

Em relação à primeira hipótese - Os media em Cabo Verde configuram-se como um quarto poder ou são meramente atores sociais, em conformidade com as informações que foram recolhidas por meio de pesquisas bibliográficas e as demais informações recolhidas das entrevistas, concluímos que em Cabo Verde os media estão longe de ser um quarto poder nem atores sociais determinantes. Para ser poder o setor necessita ser dotado de poder coercivo, e essa condição não faz parte do quadro jurídico da comunicação social cabo-verdiana. Esse poder se situa somente ao nível das percepções, como citou Mário Mesquita.

Tendo em conta ainda as entrevistas conclui-se que em Cabo Verde a comunicação social (media) é um setor muito deficitário e problemático, fatores esse que derivam da conjuntura do país. Logo a comunicação social cabo-verdiana não se enquadra na teoria do quarto poder. Desta forma acaba por ser um setor extremamente condicionado, o que reduz de forma significativa a sua esfera de atuação provocando vários constrangimentos ao sistema.

Em relação à segunda hipótese, em Cabo Verde os media contribuíram para a consolidação da democracia por causa do seu papel interventivo nas eleições presidenciais de 2016, conclui-se que essa contribuição ficou muito aquém do desejado. Nessas eleições não tiveram um papel tão relevante visto não deram um tratamento igualitário a todos os candidatos, apesar da narrativa construída de que havia uma cobertura e uma distribuição equitativas dos tempos televisivos.

Os cabo-verdianos não foram totalmente esclarecidos nem conheceram na profundidade as candidaturas que não contavam com apoio partidário. Não obedeceram princípios que pautam a atividade jornalística e o setor comunicação social. Não foram justos, neutros, imparciais e defensores dos interesses públicos.

Ajudaram uma candidatura que *a priori* já sabia que ganharia as eleições sem sobressaltos.

Passaram a ideia de que trataram de forma igual as candidaturas e que estavam a dar um grande contributo para a democracia cabo-verdiana que mais uma vez ia a voto para a escolha de um alto governante da nação. Contudo não passava de uma ideia porque na prática as coisas aconteceram de forma diferente.

Os candidatos que já se vinham prejudicados por causa da falta de uma estrutura interna sólida e forte das suas candidaturas, foram ainda mais afetados por causa do endeusamento do candidato eleito por parte dos *media* cabo-verdianos.

Os objetivos que propusemos no início do trabalho foram alcançados uma vez mais que conseguimos refutar a teoria do quarto poder referente à comunicação social cabo-verdiana.

Conseguimos perceber claramente que a relação existente entre a comunicação social cabo-verdiana e o poder político é de total independência e subordinação, revelando assim a urgente necessidade de uma reestruturação do sector tendo em vista mais autonomia, e maior solidez.

Mesmo com todas as suas limitações e dificuldades, conseguimos também verificar que as funções desempenhadas pela comunicação social cabo-verdiana são extremamente importantes. Essa função tem implicações diretas no bom ou no mau funcionamento da democracia.

BIBLIOGRAFIA

- Constituição da República de Cabo Verde*. (1992/1993). Praia: Edição da Assembleia Nacional Popular.
- (26 de set de 2016). *Noticias do Norte*. Obtido em 25 de outubro de 2019, de <https://noticiasdonorte.publ.cv/50563/presidenciais-semana-queimar-os-cartuchos/>
- ALBOUY, S. (1994). *Marketing et Comunicación Politique*. Paris: L'Harmattan.
- ALBUQUERQUE, A. d. (s.d). Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. Brasil.
- Allcotte, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economy perspectives*, 31(2).
- ALMEIDA, V. R. (abr/jun de 2005). A Comunicação do Senado e o Direito à Informação,. *Revista de Informacao Legislativa*, 42(166), pp. 347-364. Obtido em 12 de 10 de 2019, de http://www.senado.gov.br/sf/senado/unilegis/pdf/UL_TF_DL_2004_VALERIA_R_S_F
- AMIS, M. (2002). *Experiencia*. Lisboa: Teorema.
- Araújo, G. F., & Rios, R. (2010). *Estratégias do Marketing Político Digital*. Obtido em 25 de Maio de 2019, de <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-01391.pdf>>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. (2015). Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, pp. 1130-1132.
- BARBERO-MARTÍN, J. (1997). *Dos Meios as Mediações Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- BERTOLI, B. (1927). *Teoria de la radio*.
- BIAGI, E. (1974). *Os generais de Hitler*. São Paulo: Tres.
- BIGONHA, C. (outubro de 2018). Panorama setorial da Internet - Inteligência Artificial em perspectiva. *Inteligência Artificial e ética* , pp. 1-20.
- BJOLA, C., & JIANG, L. (2015). Social Media and Public Diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. Em *Digital Diplomacy*. Nova York: Routledge.
- Boletim Oficial da República de Cabo Verde Boletim I Série - 59. (14 de Outubro de 2016). *Comissão Nacional de Eleições*. Obtido em 25 de out de 2019, de <https://www.cne.cv>
- Bolsonaro, F. (2000-2018). Obtido em 16 de setembro de 2019, de <https://www.bolsonaro.com.br/>.
- Brendan, N., Jason, R., & Andrew, G. (Janeiro de 2016). Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. p. 50. Obtido em 6 de janeiro de 2019, de <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>
- Brisola, A. C., & Romero, N. L. (2018). A Competencia em informação como resistencia: uma analise sobre o uso da informação na ataulidade. São Paulo, Brasil. doi:30226
- Brito-Semedo, M. (2006). *A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL -Análise da Imprensa entre 1877-1975*. Praia: Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro.
- Brittos, V. (2002). *Comunicação informação e espaço político exclusao no mundo globalizado*. Rio de janeiro: Papel e virtual.
- Burdeau, G. (2005). *O estado*. São Paulo: Mantes fontes.
- BURNEY, T. (2001). Celebrrity, spetacle and the conspiracy culture of election 2000. (44). America: America behavioral scientist . Obtido em 15 de Agosto de 2017

- Canavilha, J. (2010). O Novo Ecossistema Mediático. *Bocc Biblioteca on-line de Ciencia de Comunicação*. Obtido em 8 de Abril de 2019, de <http://ss/www.bocc.ubi.pt/pag/canavilha-joao-o-novo.ecossistema-mediatico.pdf>
- Cardoso, G. (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cardoso, H. (1993). *O Partido Unico em Cabo Verde- Um assalto a esperança Verde*. Praia: Imprensa Nacional de Cabo Verde.
- CARDOSO, H. (1993). *O Partido Único em Cabo Verde: Um Assalto à Esperança*. Praia: Imprensa Nacional,.
- CARLYLE, T. (1866). *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*. Nova York: John Wiley & Son. .
- Carvalho, J. A., Figueiredo, J. P., & Cardoso, A. M. (2012). *Direito da Comunicação Social* (3 ed.). Texto editora.
- Carvalho, A., Fernandes, M. d., Filho, J. L., Gomes, S. C., Almada, J. L., Bettencourt, U., . . . Silveira, O. (2017). *CLARIDOSIDADE-EDIÇÃO CRÍTICA*. Lisboa: ROSA DE PORCELANA editora.
- Carvalho, D. d., Barreto, A., Pereira, J. P., De Barros, A., Grilo, E. M., Baltasar, J., & Carvalho, E. (n.d). O Meios de Comunicação nas Sociedades Modernas. *A educação e os Meios de Comunicação Social*, (pp. 27- 90). Liboa. Obtido de <http://www.cnedu.pt/content/antigo/files/pub/EducacaoComunicacaoSocial/5-MeiosComunicacao.pdf>
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la informacion- economica sociedad e cultura*. Mexico: Veintiuno editores.
- Centeno, S. (2000). *O Contexto Juridico dos Media em Cabo Verde- Africa*. Mindelo: Silexe edições.
- Chomsky, N., & Eduart, H. (1994). *Manufacturing consent- The politiceconomyof mass media*. Londres: London vintage.
- Cobb, R. W., Jennie-Keit, R., & Ross, M. (1976). "Agenda Building as a comparative political process". *American Political Science Review*, 70(1), Março.
- Cobb, R. W., Ross, J.-K., & Ross, M. (1976). "Agenda Building as a comparative political process". *American Political Science Review*, 70(1), Março.
- Conde, J. V. (2002). A Escol de Chicago. *Dicinario de sociologia*. Porto.
- Constituição da República de Cabo Verde*, . (revisao de 1999). Praia: Imprensa Nacional de Cabo Verde.
- CORREIA, A. G., SILVA, A. K., & LIMA, I. F. (Janeiro-Junho de 2010). O Conhecimento e as Tecnologias na sociedade da informacao. *Revista Interamericana de Bobliotecologia*, 33, 1, 213-239.
- Costa, R. d. (Marco/ Agosto de 2005). Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva Interface. *Comunicação Saúde, Educação*, 9(17), 235-248. Obtido de <http://www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf>
- Coutinho, E. G., Filho, J. F., & Pinto, R. (2008). *Mídia e Poder*. RIO JANEIRO: MAUAD Editora Ltda.
- CURRAN, J. (2002). *Media and Power*. Londres: Routledge.
- DA SILVA, V. (2009). NOVAS REDES SOCIAIS NA ERA DA MOBILIDADE. Obtido de Disponível em < <http://livros01.livrosgratis.com.br/ea000815.pdf>>[consultado em 9 Junho 2019
- DAVIS, C., VAROL, O., FERRARA, E., FLAMMINI, A., & MANCZER, F. (2016). *BotOrNot: a system to evaluate social bots*.
- DEBRAY, R. (1993). *Curso de midiologia geral*. Petrópolis: Vozes.
- DIEHL, P. (1996). *Propaganda e persuasão na Alemanha Nazista*. São Paulo: Annablume.
- DONOHUE, G. A., Tichenor, P. J., & N., O. C. (s.d.). A Guard Dog Perspective on the Role of the Media. *Journal of Communication*. 115-132. Guimarães.

- EICH, P. H., DAROCESKY, E. L., & CARDOSO, L. Z. (8-10 de Maio de 2014). A influencia da propaganda nazista no marketing politico atual.
- ELLISON, N. B., & BOYD, D. M. (2003). *Sociality through social network sites*. Oxford: Oxford press.
- ESTEVES, J. P. (2003). *Espaço Público e Democracia*. Lisboa: Edições Colibri.
- ESTEVES, J. P. (2003). *Espaço publico e a democracia*. lisboa: colebri.
- Évora, R. (2001). *A abertura política e o processo de transição democrática em Cabo Verde- Tese de Mestrado*. Brasília.
- ÉVORA, S. (2010). *Políticas de Comunicação e Liberdade de Análise da Situação Cabo-verdiana entre 1991 e 2009 -Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação* . Universidade do Minho- Instituto de Ciências Sociais.
- EVORA, S. (2011). Jornalismo sentado, Construção Democrática e Políticas de comunicação em Cabo Verde. 10.
- Évora, S. (Maio de 2012). Políticas de Comunicação e Construção Democrática : Aanalizando a Atmosfera Democrática do Jornalismo em Cabo Verde. *Revista de estudos Cabo-verdianos*, pp. 29-38.
- ÉVORA, S. L. (s.d). POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E CONSTRUÇÃO DEMOCRÁTICA: ANALISANDO A ATMOSFERA DO JORNALISMO EM CABO VERDE. *Revista de Estudos Cabo-Verdianos Nº 4(4)*, pp. 29- 40. Obtido em 7 de Agosto de 2019, de <https://www.unicv.edu.cv/images/stories/EdicoesUniCV/Revista4/02.pdf>
- FERREIRA, I. (set de 1999). A Diplomacia do PAIGC durante a luta de libertação. *Revista África em Debate, Lisboa: Centro de Estudos Africanos do ISCTE*, pp. 27-38.
- Ferreira, I. L. (2002). *Mal-estar no jornalismo Cabo-verdiano*. Praia: , co-edição Associação Académica África Debate, Spleen Praia.
- Ferreira, I. L. (2002). *Mal-estar no Jornalismo Cabo-Verdiano*. Praia: co-edição Associação Académica África Debate, Spleen Praia, Cabo Verde.
- FILHO, C. M. (1982). *O Descurso Sufocado*. São Paulo: Loyala.
- Filho, O. F. (Janeiro- Fevereiro- Março de 2018). O que é falso sobre os fake news. *Revista USP(116)*, 39-44.
- Francisquini, R. (janeiro- julho de 2008). A SOCIEDADE CIVIL E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO- Uma leitura critica sobre a teória habermasiana. *Revista eletrônica dos Pos-Graduados em Sociologia Política da UFS*, pp. 1-9.
- GÁRCIA, J. L. (s.d). *Os Jornalistas Portugueses enquanto Actores do Espaço Público Mediatizado: Legitimidade*.
- GIDDENS, A. (2008). *Socioly* (6 ed ed.). (A. Figueiredo, A. P. Baltasar, C. L. da Silva, & V. Gil, Trans.) Lisboa, Portugal: Fundação calouste Gulbenkian.
- GOMES, D. d. (Ago/ Dez de . 2010). Inteligência Artificial: Conceitos e Aplicações. 1(2), pp. 234-246. Obtido em 3 de out de 2019, de www.olharcientifico.kinghost.net
- GOMES, W. (1999). A politica de imagem. *Fronteiras*. Obtido em 12 de maio de 2017
- GOMES, W. (2004). *As Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*. São Paulo: Paulus.
- Gomes, W., Fernandes, B., Reis, L., & Silva, T. (Oct de 2009). *Revista de Sociologia e Política. "Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008*, 17(34). Obtido em 12 de Setembro de 2019, de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782009000300004

- GOMEZ Romero, L. (2017). . Twitter diplomacy: how Trump is using social media to. Obtido em 15 de setembro de 2019, de <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3897&context=lhapapers>,
- Guareschi, P. A. (Julho-Dezembro de 2007). Mídia democracia- O quarto versus o quinto poder. 1, pp. 6-25. Obtido em 2 de julho de 2018
- GUARESCHI, P. A. (Julho-Dezembro de 2007). MÍDIA E DEMOCRACIA: O QUARTO VERSUS O QUINTO PODER1. *REVISTA DEBATES*, 1(1), 6-25. Porto Alegre, Brasil.
- Habermas, J. (1960). *Mudanças estruturais da esfera pública*. Alemanha.
- HABERMAS, J. (1996). *Between Facts and Norms*. Cambridge: Mit Press.
- HABERMAS, J. (2003b). *Direito e Democracia* (2 ed., Vol. II). Rio Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Hale, J. (1978). *La radio como arma política*. Barcelona: Gustavo verificar.
- HALIMI, S. (1998). *Os novos cães de guarda*. Oeiras: Celta.
- HALLIN, D. C., & MANCINI, P. (1984). "Speaking of the President: Political Structure and Representational Form iii U.S. and Italian Television News. *Theory and Society*.
- Hitler, A. (2005). *Minha luta*. São Paulo: Centauro.
- HOBBS, T. (1996). *Leviathan* (Vol. II). (W. Moledworth, Ed.) Londres: Cambridge university press.
- Ianni, O. (22 de Novembro de 1999). O príncipe electrónico. *Revista Perspectiva*(22).
- INÁCIO, A. R. (Julho, de 2017). A cobertura mediática de Donald Trump no Observador: Os temas mais mediáticos . *Relatório de Estágio do Mestrado em Jornalismo* . Lisboa.
- Jamieson, A., & Solon, O. (25 de Abril de 2016). Face book to begin flagging fake news in response to mounting criticism. *The guardian*. Obtido em 7 de Janeiro de 2018, de <https://www.theguardian.com/technology>
- Johnson, D. W. (2001). *No place for amateurs*. Nova York, America.
- KANG, C. (2016). Fake News on laught targets pizzeria as net of child trafficking. *The New York Times-Cadernos de tecnologia*.
- KINGDOM, J. (2003). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. Nova York: Harper collins.
- Konder, F. (Dezembro-Fevereiro de 2000/2001). A democratização dos meios de comunicação de massa. *Revista USP*, pp. 6-17.
- LENHARO, A. (1995). *Nazismo: o triunfo da vontade*. São Paulo: Ática.
- LÉVY, P. (1999). *Cibercultura*. (C. I. Costa, Trad.) São Paulo: letras.
- LIMA, C. F. (13 de Fev de 2007). *Liberdade de imprensa: As explicações da Ministra*. Obtido de NÓS MEDIA: <https://nosmedia.wordpress.com>
- LOCK, M., & BALDISSERA, R. (2010). Comunicação política on-line: estratégias de administração da visibilidade no ambiente da web 2.0. *New York Times*, Paper apresentado no IV ABRACOP 2010.
- Locke, J. (1998). *Dois tratados sobre governo*. (J. Fisher, Trad.) São Paulo: Mantes fontes.
- LOCKE, J. (1998). *Dois tratados sobre governo*. (J. Fisher, Trad.) São Paulo: Mantes fontes.
- LOPES, J. V. (1996). *Cabo Verde os Bazófios da Independência* . Praia e Mindelo: Instituto Camões- Centro Cultural Português,.

- LOPES, M. I. (2014). V. 8 - Nº 1 MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES. 2014 São Paulo - Brasil MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES p. 65-80. *REVISTA MATRIZES*, 8(1), pp. 65-80. Obtido em 2019 de setembro de 28
- LOPES, R. (s.d). *O PODER DOS MEDIA NA SOCIEDADE*. BEIRA. Obtido de www.labcom.ubi.pt/agoranet
- LUBENOW, J. A. (junho de 2010). Esfera Pública e Democracia Deliberativa em Habermas . Modelo teórica e descursivo critico. *Kriterion: Revista de Filosofia*, 51. doi:10.1590/S0100-512X20100001000012
- LUHMANN, N. (2000). *The Reality of the Mass Media*. . Stanford: Stanford University Press, .
- MACHADO, E. (2007). Imprensa não é o quarto poder. *Publicação da Seção Sindical dos Docentes da UFSM / ANDES*.
- Marcus, H. (. (1985). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Planeta Agostini.
- Marktst, G. (2 de Novembro de 2011). Utilização da Internet aumentou 9 vezes em 15 anos. Obtido em 18 de Maio de 2019, de <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1889.aspx>
- MARTIN-BARBERO, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1989). *Comunicación y cultura: unas relaciones complejas*. Telos: Madrid Fundesco.
- Mcnaair, B. (1995). *An Introsduction to Politicam Communication*. Londres: Routledge.
- MCNAIR, B. (2007). *An introduction to political communication*. Londres: Routledge, .
- Mcquail, D. (2003). *Téoria da comunicação*. (C. d. Jesus, Trad.) lisboa: fundação calouste gulbenkian.
- MCQUAIL, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Medina, J. A. (setembro de 2007). Empresa privada e estado numa sociedade orientalizada. Niteroi, Brasil.
- MELO, M. (2004). *A Esfringe Mediatica*. São Paulo: Paulus.
- Mesquita, M. (2004). *O QUARTO EQUÍVOCO* (2 ed ed.). Coimbra: Edições Minerva.
- MESQUITA, M. (2004). *O QUARTO EQUIVOCO* . Coimbra: Minerva.
- Mesquita, M. (2004). *O Quarto Equívoco- O Poder dos Media nas Sociedades Contemporaneas* (2 ed. ed.). Edições Minerva: Coimbra.
- Ministerio da Mulher, da Família e disdireitos Humanos. (4 de Dez de 2018). Obtido de gov.br: <https://www.mdh.gov.br>
- MISSIKA, J.-L., & WOLDON, D. (1983). *La folle du Logis*. Paris: Gallimard.
- MONTEIRO, A. (2019). Em Cabo Verde os media públicos e privados competem directamente pelo mesmo dinheiro- Bernardo Motta. *Expresso das Ilhas*. Obtido em 19 de setembro de 2019, de expressodasilhas.cv
- Moraes, D. d., Ramonet, I., & Serrano, P. (2013). *Mídia, poder e contrapoder*. São Paulo: BOITAMUNDO.
- Moraes, D. d., Ramonet, I., & Serrano, P. (2013). *Mídia, Poder e Contrapoder*. São Paulo: BOITEMPO EDITORIAL.
- MORAES, D. d., RAMONET, I., & SERRANO, P. (2013). *Mídia, poder e contrapoder*. São Paulo: BOITAMUNDO.
- Moraes, D. d., Serrano, P., & Ramonet, I. (2013.). *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo:: Boitempo.,
- MOREIRA, S. d. (2016). *Agenda Setting: teoria do jornalismo ou da opinião pública?* Brasília.

- Moreira, S. d. (2016). *Agenda Setting: teoria do jornalismo ou da opinião pública?*. Brasília.
- Nogueira, C. S. (2007). A Ética e a Deontologia no Jornalismo Cabo-verdiano. Em N. d. Lisboa (Ed.), *A África na Conjuntura Internacional*. Lisboa. Obtido em 24 de setembro de 2019, de www.nosmedia.wordpress.com
- Oliveira, J. N. (1998). *A IMPRENSA CABO-VERDIANA 1820-1975*. FUNDAÇÃO MACAU- DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO E JUVENTUDE.
- PANTALEÃO, N. C. (2010). Máquinas e sociedade: uma abordagem ética acerca do artificial. *Quinto Encontro de Pesquisa na Graduação em Filosofia da Unesp*, (pp. 25-33). São Paulo. Obtido de www.marilia.unesp.br/filogenese
- PERRET, T. (2005). *Le temps des journalistes*. Paris, Paris: Editions Karthala.
- PERSILY, N. (Abril de 2017). In *Journal of Democracy*. *Can democracy survive internet?*, 28(2), pp. 63-74. Obtido em 13 de setembro de 2019, de <https://www.journalofdemocracy.org>
- PETRUCCI, A. (20 de Abril de 2018). How Artificial Intelligence Will Impact Corporate Communications. *Revista Forbes*. Obtido em 22 de setembro de 2019, de <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil>
- PICADO, J. (2012). *Os Média Tradicionais nas Novas Plataformas -Análise Comparativa das Aplicações do Público da TSF e da RTP para a IPAD*. Porto Alegre.
- PINTO, M. J. (2002). *Comunicação e discurso- Introdução a análise de discurso* (II ed.). São Paulo: Hacker.
- Pinto, M. M. (1996). *Casos e Temas de Direito da Comunicação, Porto, Legis Editora*. Porto: Legis Editora.
- POMPÉO, W. J., & MARTINI, A. J. (12 Março de Maio -Junho de 2012). O Papel da mídia na construção da democracia cidadania e justiça no mundo globalizado- um estudo voltado ao estudos das acções da imprensa e da micropolítica fundadada no espaço local. Santa Maria.
- Primo, A. (2007). O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E- Compós (Brasília)*, v. 9, p. 1-21, 2007., pp. 1-21.
- Quadros, P. d. (2018). Dessimulacro-ressimulacao:ensejos da cultura do odio na era do Brasil pos-verdade. 18(32). Coimbra, Portugal: Imprensa da Universidade de Coimbra. doi:https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_14
- RAMONET, I. (2006). *Comunicação e Manipulação da Informação*. São Paulo: Loyola.
- RIEFFEL, R. (2003). *Sociologia dos Media*. Porto: Porto editora.
- RODRIGUES, M. R. (2002). Do Agenda Setting ao Congresso Nacional: um processo de muitas vias. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. Obtido em 11 de Maio de 2019, de www.intercom.org.br/papers/xxi-ci/qt03/qt0304.pdf
- Rodrigues, R. (2010). Ciberpolítica: Comunicação Política 2.0 nas Eleições Legislativas de 2009. Beira. Obtido em 28 de Maio de 2019, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-rodrigues-ciberpolitica.pdf>
- Roque, A. (2004). *Regulação do mercado. Novas tendências*. Quid Jiris.
- ROSENFELD, D. L. (1994). *O que é a democracia*. São Paulo: Brasiliense.
- RUEDIGER, M. A. (20 de Agosto de 2017). *FGV DAPP*. Obtido em 7 de Outubro de 2018, de <http://dapp.fgv.br/artigo-os-robos-nas-redes-sociais/>
- RUEDIGER, M. A. (2017). *Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Rio de Janeiro.
- SAFIRE, W. (1980). *Political Dictionary*. New York: Ballantine Books.

- SANT'ANNA, A. (1995). *Propaganda: teoria, técnicas e praticas*. São Paulo: Cengage Learning.
- SANTOS, A. C., & SIQUEIRA Saldanha, A. P. (2010). O FLUXO COMUNICACIONAL E O AGENDAMENTO NA ERA DA MÍDIA DIGITAL: REDEFINIÇÃO DE PARADIGMAS., 2. Alagoas.
- Santos, C. (2017). *O Megafone do Poder*. Cidade da Praia: Imprensa Nacional.
- Santos, C. R. (2007). *Opinião Pública & Marketing Político*. Bauru Editora FAAC.
- SANTOS, Carlos. (2017). *O Megafone do Poder*. Praia: Imprensa Nacional.
- SARTORI, G. (1994). *A teoria da democracia*. São Paulo: Etica.
- SCHULTZ, J. (1998). *Reviving the Fourth Estate : Democracy, Accountability and the Media (Reshaping Australian Institutions)*. Cambridge: Cambridge University Press,.
- SCHWARTZENBERG Roger-Gérard. (1977). *O Estado Espetáculo*. São Paulo,: Círculo do Livro.
- Serra, J. P. (2007). *Manual das teorias da comunicacao*. Beira Interior.
- Serra, P., Eduardo, C., & G. G. (2013). *Participação Política e Web 2.0*. Covilhã: LabCom Books.
- SERRANO, E. (2010). Spin doctoring e profissionalização da comunicação política. 91-98. (G. B. Orgs João Carlos CORREIA, Trad.) Covilhã: LabCom Books.
- Silveira, O. (1992). A Tortura em nome do Partido Único – O PAICV e sua Polícia Política. *Terra Nova e Ponto e Virgula Mindelo*.
- Silveirinha, M. J. (2002). Novos media, Velhas questões. *BOCC-Biblioteca On-linede Ciencia da Comunicação*. Obtido em 17 de Junho de 2019, de <http://bocc.ubi.pt/page/siveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.pdf>
- SILVERMAN, C., & SINGER-Vine., J. (6 de Dezembro de 2016). "Most Americans Who See Fake News Believe It, New Survey Says. *New Survey Says*.
- SILVERSTONE, R. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola,.
- SODRÉ, M. S.-2. (2007). Sobre a epistème comunicacional. *Revista Matrizes*, 1(1), pp. 15-26. Obtido de [www.revistas.usp.br › matrizes › article › download](http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download)
- Sousa, J. P. (2006). *Elementos da Teoria e oesquisas da Comunicação e dos Media*. Porto.
- Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto.
- Spenkuch, J. L., & Toniatti, D. (2016). *Political Advertising and Election Outcomes David*. CESifo Working Paper Series 5780.
- Subramanian, S. (15 de February de 2017). *Inside the Macedonian Fake-News Complex Wired*.
- TENGARRINHA, J. (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Caminho.
- TENGARRINHAS, J. (1965). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Portugália Editora.
- THINES, G., & LEMPEREUR, A. (1984). *Dicionario Geral de Ciecias Humanas*. Lisboa : Lisboa edições.
- THOMPSON, J. B. (1995). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Thompson, J. B. (2008). *A Nova Visibilidade Matrizes*. Obtido em 15 de Junho de 2019, de http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/viewFile/40/pdf_22
- TILL, C. (1992). *Coercon, capital y los estados europeos*. Madrid: Aliança.
- TOFFER, A. (1908). *A Terceira Onda*. Rio de Jnaeiro : Record.
- Traquina, N. (1995). O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo. *Revista Comunicação e Linguagens*.

- TRAQUINA, N. (1995). O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo. *Revista Comunicação e Linguagens*.
- TRAQUINA, N. (2007). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- ULLA, J. M. (1994). *Libertad de Informar y Derecho a Expresarse- La Jur idisprudencia del Tribunal*. Cadiz: Universidad de Cadiz: Servicio de Publicaciones.
- VENTURINI, L. (18 de Abril de 2018). *Expresso*. Obtido de NEXO: <https://www.nexojornal.com.br/>
- VERÓN, E. (2013). *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes 1ª ed.* Buenos Aires: Paidós.
- VICARI, R. M. (2018). TENDÊNCIAS EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA EDUCAÇÃO NO PERÍODO DE 2017 A 2030. *Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Departamento Nacional-Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, Serviço Social da Indústria*. Brasília: SENAI.
- VINHA, L. M. (Junho de 2018). *Revista de Política e Sociologia. A vitória eleitoral de Donald Trump: uma análise de disfunção institucional*, 26(66), pp. 7-30. doi:DOI 10.1590/1678-987318266601
- WANG, A. (2010). Detecting Spam Bots in Online Social Networking Sites: a machine learning approach. *In: Foresti, S.; Jajodia, S. Data and applications security and privacy XXIV. Springer*, pp. 335-342.
- Weber, M. H. (2006). Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. Em R. MAIA, & M. C. CASTRO, *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte UFMG.
- Wendling, M. (17 de Janeiro de 2018). Obtido em 5 de Abril de 2019, de BBC- News Brasil: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional>

ANEXOS

ANEXO 1- ENTREVISTAS

Entrevista realizada no dia 12 de novembro de 2019 ao entrevistado Francisco Delgado, formado em Ciência de Comunicação na vertente jornalismo, tendo trabalhado para o Artefatos e como correspondente da Oceanpress. Desempenhou funções de professor no ministério de educação lecionando a disciplina de comunicação e expressão, atualmente trabalha na Radio Nova onde ingressou como jornalista no ano de 2001.

Qual a verdadeira situação da comunicação social em Cabo Verde?

A comunicação social cabo-verdiana ou os media são atrelados a política, sem a política praticamente não se consegue trabalhar, anualmente e diariamente é elaborado uma agenda mediática na sequência disso a agenda publica influencia grandemente o órgão.

Maior parte das notícias produzidas são de âmbito político, ou seja, são dados a conhecer as agendas governamentais, os media cabo-verdianos estão ligados intimamente com questões governamentais o que acaba por produzir um jornalismo político meramente declarativo.

Cabo verde como sendo um país democrático que zela pelo direito da liberdade de imprensa até que ponto podemos falar liberdade de imprensa?

Existe uma certa liberdade, mas que não é total porque pelo fato da comunicação estar sempre atrelada a política e sendo assim ela é sempre vítima de uma certa influencia.

Os media em Cabo Verde são muito condicionados, por causa da censura que existe em feito muitas vezes na surdina sem que o publico perceba, e como exemplo refiro-me a não permissão para a publicação de matérias que afetam determinados grupos socioeconómicos ou políticos sendo assim onde esta a liberdade de imprensa.

Nessa linha de pensamos destaco também a autocensura por parte dos jornalistas cabo-verdianos que algumas vezes oculta alguns pormenores de modo a evitar que alguém saia prejudicado, mas isso é feito de modo inconsciente ou de modo deliberado, mas essas práticas realmente existem.

Há anos que casos de censura e subtis tentativas de intimidação vieram mesmo a conhecimento do publico e que forma resolvidas através de associação sindical.

Por isso em cabo verde desfrutamos de uma certa liberdade de imprensa, mas não na sua plenitude

A leis que salvaguardam a comunicação social em cabo verde atua com forma de dar mais liberdades ao jornalista ou como forma de limitar a sua ação. Em termos de ordenamento jurídicos como é que Cabo Verde se encontra situado?

Em cabo Verde existe a lei da imprensa e várias portarias que regulam o setor, mas a lei da imprensa e dos órgãos da comunicação social carecem de melhorias, por ser uma lei antiga há uma necessidade de reajusto a realidade cabo-verdiana.

As leis relacionadas as comunicações sociais em Cabo Verde necessitam de uma maior fiscalização por quem de direito, porque muitas vezes essas leis são feitas colocadas na prática nas a sua fiscalização deixa muito a desejar.

Exemplificou, certa vez tive a necessidade de ir fazer uma cobertura a um evento desportivo que se realizava num recinto desportivo e simplesmente foi barrado e proibido de desempenhar as minhas funções o que viola a lei da imprensa.

Sendo assim contamos com um ordenamento jurídico, mas que necessita de melhorias de modo a dar resposta aos novos tempos que vivenciamos.

Na sua perspectiva em Cabo Verde podemos falar de politização ou partidarização?

Podemos verificar uma politização da sociedade, mas o grande problema é quando deparamos com a partidarização.

Quais são as consequências para a democracia cabo-verdiana de uma eminente uma politização ou uma partidarização da comunicação social?

Temos uma sociedade completamente manipulada mesmo que feita de maneira dissimilada, e isso se verifica claramente em tempos eleitorais.

Em cabo verde podemos caracterizar a comunicação social como sendo um quarto poder ou um contar poder ou que poder é esse?

Eu não o considero nem de quarto poder nem de contrapoder. Primeiramente seria bom mencionar o que seria verdadeiramente um poder.

Ele teria de ser instituído e ter meios coercivos de fazer com todos o cumprisse, nos media não desfrutamos dessas prerrogativas, sendo assim assumimos um papel que não nos pertence.

As comunicações sociais (os media) não possuem agentes que possam exercer o poder, os jornalistas não são agentes do poder logo a comunicação não pode ser considerada o quarto poder.

Agora a comunicação social desempenha um papel importante nas democracias isso desempenha, pelo fato de ter a capacidade de influência junto das massas.

Desempenha o papel de influenciador, moderador e não um quarto poder. Não há condições da comunicação ser um quarto poder.

Entrevista realizada no dia 13 de novembro de 2019 ao entrevistado José Leite, licenciado em ciência de comunicação vertente jornalismo exerce com jornalista desde 1991, conta com vinte e sete anos a desempenhar funções ligadas a comunicação social. Lecionou na Universidade de Cabo Verde e na Universidade Lusófona de Cabo Verde dando aulas no curso de jornalismo.

Qual a verdadeira situação da comunicação social em Cabo Verde?

Em cabo verde no setor da comunicação social há tudo por fazer, mesmo depois de vários anos de estrada temos uma estrutura profissional feito em moldes amadores, e falo do setor publico onde estou inserido.

Existe uma fragmentação a nível de coordenação do trabalho, temos a necessidade de mais interligação entre turnos, mais acompanhamento técnico-científico do que é feito.

Necessitamos de uma estruturação das nossas práticas, tornar essas práticas standardizadas onde todos procedem da mesma maneira dentro das entidades da comunicação social.

Cabo verde como sendo um pais democrático que zela pelo direito da liberdade de imprensa, até que ponto podemos falar em liberdade de imprensa?

Em cabo verde penso que desfrutamos de uma total liberdade de imprensa, porque depende unicamente do jornalista.

Censura pode até existir, mas tem de ser denunciada porque a constituição não permite esse tipo de prática, e não há nada acima da constituição. A não denuncia dessa prática causa sérios problemas ao sistema e torna a pessoas conivente com praticas que vão contra todas a leis que salvaguardam a comunicação social.

A vários meios e entidades onde se possas fazer esse tipo de denuncia, a associação da classe, a ARC que é a entidade reguladora, o provedor e ainda podes ate fazer uma queixa no tribunal porque esta a ser violado um direito constitucional.

Tudo depende da maneira de como cada um encara a sua profissão.

A leis que salvaguardam a comunicação social em cabo verde atua com forma de dar mais liberdades ao jornalista ou como forma de limitar a sua ação. Em termos de ordenamento jurídicos como é que Cabo Verde se encontra situado?

As leis não fazem conteúdos, leis são os parâmetros. Agora dispomos de um quadro jurídico que está em conformidade como o que é feito la fora, e muitas vezes são simplesmente “copy e paste” de leis já existente.

Precisamos de adaptar a legislação a esses novos tempos e a nossa realidade, esse ordenamento jurídico acaba por ser as balizas de atuação do setor e do próprio jornalista.

Na sua perfectiva em Cabo Verde podemos falar de politização ou partidarização?

Ser uma sociedade politizada não é grave de todo, agora a problema se assenta é quando a sociedade se torna partidarizada, e a sociedade cabo-verdiana e partidarizada.

Quais são as consequências para a democracia cabo-verdiana de uma eminente uma politização ou uma partidarização da comunicação social?

A comunicação social cabo-verdiana tem uma orientação que serve há uma linha partidária ou uma opção partidária.

Todos os que trabalham nesses órgãos já sabem de antemão quais são as regras do jogo, sendo que a linha editorial são as coordenadas para os trabalhos que são feitos nesses órgãos de comunicação, agora a aceitação dessas regras caba somente a pessoa em questão ou acabam por reajustar ou abandonar.

Em cabo verde podemos caracterizar a comunicação social como sendo um quarto poder ou um contar poder ou que poder é esse?

De acordo com a minha perspetiva a comunicação social cabo-verdiana não constitui um quarto poder, agora tem atribuições que lhe permiti informa, formar e de alguma forma ser um watch dog, mas que na verdade acaba por ser o trabalho de todos sendo assim não há nada de especial nessas atribuições.

Única coisa em termos de vantagem é que por causa da função que desempenhamos temos acesso a fonte que outras pessoas não têm, mas essas vantagens são dadas pela própria constituição.

Agora o poder que a comunicação usufrui, seria seu papel que é de fazer o contraditório, levar em conta pontos de vistas distintos, cruza-los e daí sim tirar as ilações.

Vejo a comunicação social com um poder, agora se é um quarto ou o primeiro daí já não sei.

Entrevista realizada no dia 14 de novembro de 2019 a entrevistado Carlos Rodrigues, licenciado em sociologia, mestre em estudos africanos e em fase de conclusão um doutoramento em ciências sociais.

Qual a verdadeira situação da comunicação social em Cabo Verde?

Em Cabo Verde a comunicação social é um tanto quanto instrumentalizada, ela acompanha os ciclos do próprio país visto que não é uma entidade autónoma nem tao pouco distanciada da nossa realidade social.

De uma maneira geral dispomos de uma comunicação social que acompanha o país nos seus vários ciclos.

Sector que enfrenta vários problemas que considerado como sendo problemas crónicos, não evolui tanto temos um défice de formação dos próprios jornalistas, sector que deixa um pouco a desejar por causa da falta de sentido critico.

Cabo verde como sendo um país democrático que zela pelo direito da liberdade de imprensa até que ponto podemos falar em liberdade de imprensa?

Questão de difícil resposta uma vez que é precisaríamos descortinar o conceito de liberdade de imprensa.

Mas ao fim ao cabo penso que o jornalista nunca terá uma total liberdade de expressão, por causa do vínculo laboral, ele é provavelmente um trabalhador dependente de uma estrutura, e assim sendo tem um controlo profundo a entidade empregadora.

A classe jornalista é caracterizada por uma falta de ousadia por medo de colocar em causa o a seu emprego, portanto penso que a liberdade de imprensa é bastante condicionada.

Liberdade de imprensa é uma questão muito delicada e de difícil resposta, por causa da envolvimento de vários fatores

A leis que salvaguardam a comunicação social em cabo verde atua com forma de dar mais liberdades ao jornalista ou como forma de limitar a sua ação. Em termos de ordenamento jurídicos como é que Cabo Verde se encontra situado?

Não estou muito por dentro do assunto agora penso de Cabo Verde como sendo um país democrático parto do princípio que a legislação respeitando a comunicação social obedece os princípios da democracia.

Na sua perfectiva em Cabo Verde podemos falar de politização ou partidarização?

As duas coisas, mas penso que mais partidarizada do que politizada e ainda vou mais longe dizendo que vivemos numa sociedade obcecada a volta de dois partidos político o PAICV e o MPD o que invalida e mata qualquer discussão minimamente seria. Quase todos os assuntos de interesse socia são capturados por esses dois partidos sendo assim temos visões completamente partidarizadas, o que é uma pena porque nessa perspetiva não há aprofundamento dos debates de temas sociais porque são sempre controlados por esses dois partidos e o que redutor em termos da multiplicidade dos debates.

A Influencia que é exercida sobre a comunicação social por causa dessa partidarização e visível, há um controlo das linhas editoriais por parte de quem tutela essa pasta, sendo assim é-nos passada somente a informação que interessa invalidando qualquer riqueza em termo de pontos de vista, visão e multiplicidade.

Em cabo verde podemos caracterizar a comunicação social como sendo um quarto poder ou um contar poder ou que poder é esse?

Não é um quarto poder, não é um contrapoder, é apenas um setor que sempre foi instrumentalizado.

Em cabo verde falar de comunicação social como um quarto poder ou um contrapoder não faz sentido nem um.

Agora é de realçar a sua importância nas sociedades, visto que tem um poder influenciador e legitimador de determinadas concessões, esta ao serviço de.

Entrevista realizada no dia 17 de novembro de 2019 a entrevistada Matilde Dias licenciada em Ciência de Comunicação vertente jornalismo, trabalhou num jornal numa radio, trabalha desde de 2001 na Televisão de Cabo Verde. Desempenha funções de repórter com ligação ao departamento de informação, faz programas o que faz com que esteja ligada ao departamento de programas, tem especialidade em jornalismo cultural, cria conteúdos da atualidade cultural. Leciona na Universidade Lusófona de Cabo Verde disciplina relacionadas ao curso de jornalismo.

Qual a verdadeira situação da comunicação social em Cabo Verde?

Depende de quem é o destinatário desta pergunta, se perguntar aos jornalistas de uma forma geral nos vamos dizer que já avançámos muito.

Temos mais recursos temos mais formação académica, temos mais órgãos, portanto há mais mercado de trabalho, temos universidades, portanto não é preciso sair lá pra fora para se conseguir fazer um curso, temos regulação, temos uma associação sindical, temos uma lei da carteira profissional, portanto estamos bem situados legalmente e sindicalmente etc.

Se perguntar a um jornalista do órgão público ele vai dizer que é muito difícil trabalhar no órgão público porque necessariamente vais estar sobre a alçada da entidade governamental que tem a tutela da comunicação social, isto não tem nada haver com partidos políticos tem haver com o sistema a forma como a TCV foi criada é realmente para dar resposta a organizações públicas e continua a ter esse papel.

Nos órgãos públicos os jornalistas vão dizer que os órgãos públicos estão estrangulados financeiramente por causa das subvenções que o estado deve transferir para a organizações privadas é o que é.

Há muitas comunicações sociais em Cabo Verde, portanto o retrato que se faz tem que se ver por categoria e por setor.

Cabo verde como sendo um país democrático que zela pelo direito da liberdade de imprensa até que ponto podemos falar em liberdade de imprensa?

Em Cabo Verde não há total liberdade de imprensa, isso é um desígnio utópico. O que é total liberdade de imprensa, é um conceito extremamente complicado.

A total liberdade de imprensa é a radio, os jornais publicarem aquilo que bem entendem e não é assim há limites, há um limite entre aquilo que é o interesse publico, o interesse dos media. Não há nem um órgão de comunicação que não tem os seus campos de interesses sejam eles ideológicos, políticos, económicos, sociais e filosóficos.

O jornalismo não é um retrato fiel da realidade, de todas a gama de acontecimentos que se registra num determinado espaço selecionamos alguns acontecimentos e elevamos a categoria de notícia, tem pelo menos cinquenta critérios para que uma peça ascende a notícia.

Há uma hierarquia e todo um jogo de interesse que define como uma peça e se a peça e feita, e se sai e como sai.

Agora é claro que aqui em Cabo Verde quando se fala em liberdade de imprensa se formos ver comparativamente com o que acontece aqui na nossa vizinhança estamos bem melhores.

Tem países onde ser jornalista é uma profissão extremamente arriscada, ainda, mas se for mulher jornalista. Eu acho que gozo duma liberdade e imprensa no sentido de sair da minha casa e vir trabalhar ou fazer um trabalho e não correr o risco de morrer.

Agora se estou aqui no trabalho e fizer uma notícia que desagrade um determina setor que tem uma relação com o poder aí há uma pressão sobre o meu trabalho e sobre mim. O assédio moral no trabalho é uma realidade em Cabo Verde e não se fala disto.

É como se nessa sociedade o assédio moral fosse algo leve e não é, esse assédio moral é uma ação censura que vem camuflado, se calhar da próxima vez vou pensar duas vezes antes de ou se calhar vou desfazer o que fiz antes.

Cabo Verde pode ir para os rankings que for, esses rankings são criados tem os seus critérios, ate que pontos esses critérios são validos porque cada realidade é uma realidade. Se calhar não levam em consideração a especificidades do tecido social onde esses jornalistas e esses órgãos estão inseridos.

Eu acho que a liberdade de imprensa em Cabo Verde é saciada e limitada, os órgãos privados por causa da pressão financeira no caso dos órgãos público é porque são realmente tutelados pelo estado.

Quando falo do estado, falo do partido da situação da oposição, de instituições pública e privadas todos procuram limitar a ação da comunicação social.

A leis que salvaguardam a comunicação social em cabo verde atua com forma de dar mais liberdades ao jornalista ou como forma de limitar a sua ação. Em termos de ordenamento jurídicos como é que Cabo Verde se encontra situado?

Legislação Cabo Verde não tem falta em nem uma área temos leis para tudo, o que é preciso e que essas leis estejam mais afinadas com a realidade.

O problema não é a lei o problema é quem fiscaliza essa lei. quem aplica essa lei que sofre de uma elevada literacia mediática não entende os meados de fazer jornalismo.

Na sua perfectiva em Cabo Verde podemos falar de politização ou partidarização?

Completamente partidarizada, e não pode ser de outra forma por causa da democracia que nos temos que é representativa, e como se fizéssemos um contrato com os partidos políticos a dar a nossa voz.

Durante quinze anos o partido único foi o nosso pai, tinha o monopólio de tudo, ele sabe melhor por ter lutado na mata, o exercício do poder é este mesmo não é diferente, o estado sabe sempre mais e melhor que o cidadão.

Tem pessoas que pensam que as coisas mudaram com o pluripartidarismo, simplesmente dividiu essa presunção por dois sujeitos que alternando entre si controlam o aparelho do estado, vestem a capa da voz da sociedade civil.

Para a comunicação social essa partidarização é prejudicial, há uma maior pressão sobre o trabalho dos órgãos de comunicação porque os partidos são aparelhos que precisam de um canal de propaganda para chegarem a onde querem e mais fácil usarem os órgãos da comunicação porque são de massa a mensagem chega ao maior número possível de eleitores, então há um certo interesse por detrás dessa pressão.

E não é precisa estar no aparelho do estado e do governo para se fazer isso, eles são sujeitos políticos tem a legitimidade do voto por terem sido eleitos pelo povo.

Em cabo verde podemos caracterizar a comunicação social como sendo um quarto poder ou um contar poder ou que poder é esse?

A comunicação social ocupa um papel central na vida das pessoas, para mim de um lado as pessoas assistem a previsão do tempo, divertem, informam através da televisão, assistem a programas educativos e tomam decisões tendo o como base as informações que são veiculadas, para muita gente é a única ligação com o mundo e acreditam nos conteúdos que os media passam, esse é que é realmente o poder que os media têm.

Aspeto central na vida das pessoas, elas podem fazer tudo como por exemplo nas eleições possam a informação para que as massas possam exercer a cidadania esse é que é o seu poder a forma como se posicionam a forma como passam a informação tudo isso determina um determinado caminho em relação ao comportamento das pessoas.

Há muitos anos num programa de debate alguém perguntou ao jornalista José Vicente Lopes se ele considerava a comunicação social (o jornalismo) cabo-verdiana como um quarto poder. Ele respondeu olha não sei se é o quarto poder ou se é o quarto do poder

Para mim ainda não há uma independência dos órgãos para que realmente se constituem como poder, estou a falar dos órgãos da comunicação que produzem conteúdos para esses meios, para mim enquanto estiverem vinculados ao estado não possuem autonomia.

A comunicação social depende do dinheiro do estado, tanto os públicos como os privados dependemos do conselho de administração, que determina como trabalhamos e tem impacto direto na forma como produzimos, dependemos de uma tutela.

Portanto para mim ainda não é poder, nem quarto poder e nem contrapoder, é poder se detém o poder e o exerce de forma consciente, estratégica e independente.

Agora que a comunicação social é importante para a democracia cabo-verdiana isso é, o cidadão de quatro em quatro anos, cinco em cinco anos ele vota, mas que cidadão é esse, que formação e informação que ele tem,

O nosso papel é fundamental para que quando ele vota ele possa fazer a fiscalização desse poder que ele escolheu, portanto nos se formos isentos imparciais e sérios vamos dar a informação de forma correta. Quando há corrupção dizer que há corrupção, quando há violência dizer que há violência, quando algo está bem dizer que está bem, mas também quando algo está mal dizer que está mal.

A nossa importância é regulada pela pertinência que nos abordamos as questões do cotidiano que nos tratamos.

Alem da questão fatorial noticiosa, mas também de análise para decodificar, nos ainda não estamos a ser pertinentes para a democracia cabo-verdiana ainda não desempenhamos a função de watch dog. Ainda somos aquele jornalismo do discurso direto e do discurso indireto meramente declarativo.

Somos meros observadores, não comentamos, não cruzamos fatos, não questionamos ainda não somos questionadores.

Já avançamos muito mas a comunicação social em Cabo Verde não chegou naquele patamar onde realmente forma uma opinião com aquela propriedade num país onde realmente se situa como quarto poder, para se situar como poder tem de ter capacidade de influenciar a opinião pública, tem de ser uma referência para a opinião pública.